

# المنظور الإستراتيجي للإعلام الدعوي



”محمد زايد“ أبو رجب التميمي



بسم الله الرحمن الرحيم

المنظور الإستراتيجي للإعلام الدعوي



# المنظور الإستراتيجي للإعلام الدعوي

"محمد زايد" أبو رجب التميمي

الطبعة الأولى

2018م



دار امجد للنشر والتوزيع

المملكة الأردنية الهاشمية  
رقم الإيداع لدى دائرة المكتبة الوطنية  
(2017/11/5898)

215.3

التميمي ، "محمد زايد" أبو رجب  
المنظور الإستراتيجي للإعلام الدعوي / "محمد زايد" أبو رجب التميمي.-  
عمان، دار أمجد للنشر والتوزيع، 2017.

( ص )

ر.إ: 2017/11/5898

الوصفات: الاعلام الاسلامي // الاسلام

ردمك : ISBN:978-9957-99-676-5

Copyright ©

جميع الحقوق محفوظة: لا يسمح بإعادة إصدار هذا الكتاب أو أي جزء منه أو تخزينه في نطاق  
استعادة المعلومات أو نقله بأي شكل من الأشكال، دون إذن خطي مسبق من الناشر.

All rights reserved. NO Part of this book may be reproduced, stored in aretrival  
system, or transmitted in any form or by any means, without prior permission  
in writing of the publisher.



facebook

دار أمجد للنشر والتوزيع

عمان الأردن وسط البلد مجمع الفحيص الطابق الثالث

Tel: +9624652272 Mob: +962796914632

Fax: +9624653372 +962799291702

+962796803670

dar.amjad2014@yahoo.com dar.almajd@hotmail.com



دار أمجد للنشر والتوزيع

بسم الله الرحمن الرحيم

(يَا أَيُّهَا النَّبِيُّ إِنَّا أَرْسَلْنَاكَ شَاهِدًا وَمُبَشِّرًا وَنَذِيرًا {45/33})

وَدَاعِيًا إِلَى اللَّهِ بِإِذْنِهِ وَسِرَاجًا مُنِيرًا<sup>(1)</sup>

---

1. سورة الاحزاب، آية 45-46.



## فهرس الموضوعات

|    |                                |
|----|--------------------------------|
| 11 | المستخلص                       |
| 15 | المقدمة                        |
| 16 | هدف البحث:                     |
| 17 | أهمية البحث:                   |
| 17 | مشكلة البحث:                   |
| 18 | منهج البحث:                    |
| 18 | مصطلحات البحث اصطلاحاً:        |
| 19 | مصادر جمع المعلومات:           |
| 20 | مجتمع البحث:                   |
| 20 | عينة البحث:                    |
| 20 | فرضيات البحث:                  |
| 21 | أسئلة البحث المحورية والفرعية: |
| 22 | الدراسات السابقة:              |
| 30 | تنظيم البحث:                   |

## الفصل الأول

|    |   |
|----|---|
| 31 | المفهوم العام للإعلام والاتصال                                    |
| 33 | المبحث الأول: تعريف الإعلام والاتصال لغةً واصطلاحاً               |
| 45 | المبحث الثاني: مقومات البرنامج الإسلامي في التلفزيون الأردني      |
| 61 | المبحث الثالث: الضوابط الشرعية في استخدام شبكة المعلومات العالمية |
| 75 | المبحث الرابع: وظائف الإعلام الإسلامي وأهدافه                     |



## الفصل الثاني

- 95 ..... حاضر الإعلام الدعوي
- 97 ..... المبحث الأول: المفهوم العام للدعوة والداعية
- 112 ..... المبحث الثاني: وسائل وأساليب الدعوة
- 121 ..... المبحث الثالث: الداعية الإستراتيجي أخلاقه وصفاته
- 133 ..... المبحث الرابع: الضوابط المشروعة للوسائل الدعوية

## الفصل الثالث

- 139 ..... الإعلام الدعوي مفهوم الإدارة الاستراتيجية للتطور الإعلامي الدعوي
- 141 ..... المبحث الأول: محاور استراتيجية التطور الإعلامي الدعوي
- 154 ..... المبحث الثاني: الإعلام الدعوي وقطاع العاملين بالأوقاف
- 168 ..... المبحث الثالث: خطط المسار الاستراتيجية للإعلام الدعوي
- 182 ..... المبحث الرابع: مفهوم التخطيط الإستراتيجي للإعلام الدعوي وخصائصه

## الفصل الرابع

- 195 ..... التخطيط الاستراتيجي للإعلام الدعوي محاوره - ومقوماته - ومعوقاته
- 197 ..... المبحث الأول: أهمية التخطيط الإستراتيجي الإسلامي، والإعلام الدعوي المرئي، المقروء، المكتوب
- 209 ..... المبحث الثاني: الصراع الإستراتيجي والعقبات التي تواجه نجاح الدعوة والدعاة الإعلاميين الإسلاميين
- 223 ..... المبحث الثالث: محاور إستراتيجية الإعلام الدعوي
- 243 ..... المبحث الرابع: مقومات ومعوقات التخطيط الإستراتيجي للإعلام الدعوي في الأردن
- 257 ..... الخاتمة
- 261 ..... الملحق
- 271 ..... قائمة المراجع والمصادر

## اهداء

إلى زوجتي الغالية والتي أشركتني من وقتها الكثير خلال دراستي  
وبحثي ووقوفها معي خاصة في تخريج الأحاديث النبوية،  
إلى أبنائي الأعزاء الذين أشركوني وقتهم وجهدهم،  
إلى كل باحث يطلب العلم والحقيقة والدعوة إلى الله،  
إلى قدس الأقداس فلسطين ، وإلى أردننا الحبيب،  
إلى المجاهدين الصابرين المرابطين على الثغور،  
أهدي جهدي هذا لهم بكل تقدير وتواضع .

## شكر وعرفان

الحمد لله الذي بنعمته تتم الصالحات وترفع الدرجات ويؤت كل ذي فضل فضله لايسعني في هذا المقام بأن أتقدم بخالص الشكر والتقدير لأستاذي الدكتور نوح عبدالرؤوف حامد التكينه حفظه الله ورعاه والذي أشرف على رسالتي ومنحني من وقته الكثير في المتابعة والتوجيه والنصح والإرشاد وحتى ترى النور.

آملاً من الله عز وجل أن يجعل ذلك في ميزان حسناته.

والشكر الجزيل المتواصل للأستاذ الكرام والذين تفضلوا بتشريقي للمناقشة ومنهم الأستاذ الفاضل محمد بن الهادي العرماني، العميد الأسبق لكلية الدعوة لكلية الدعوة في الجامعة الإسلامية، وعضو هيئة علماء السودان، وعضو المجمع الفقهي، والذي وافق مشكوراً في لجنة المناقشة.

وعمد شكري وتقديري للأستاذ للدكتور هاشم البديري، الأستاذ بأكاديمية الأمن العليا حفظكم الله جميعاً ورعاكم.

والشكر والتقدير لجامعة أم درمان الإسلامية ومعهد البحوث والدراسات الإستراتيجية وموظفيه وكل من مد لي يد العون والشكر لله من قبل ومن بعد.

وآخر دعوانا أن الحمد لله رب العالمين وصلى الله وسلم على نبينا محمد وعلى آله وصحبه وسلم.

## المستخلص

يأتي هذا البحث تحت عنوان المنظور الإستراتيجي للإعلام الدعوي بالأردن، حيث يقوم هذا البحث على رؤية أن إستراتيجية الإعلام الدعوي لها أكثر من هدف فهي تربوية ودعوة إعلامية، لذا فإن فيها البعد الإعلامي الدعوي الذي يركز على الاهتمام بوسائل وأساليب ومنهجية الدعوة عبر وسائل الإعلام المرئية والمسموعة والمقروءة، وشبكات التواصل الاجتماعي، والمحاضرات، والندوات، وخطب الجمعة والمواظع، والمناسبات الدينية، ورحلات الدعاة الموجهة إلى الجمهور بكافة فئاته، حيث استخدم الباحث المنهج الوصفي والتاريخي في إعداد البحث اعتماداً على تخطيطات وإجراءات منافسة لإستراتيجية الغرب في كافة المجالات، والعمل على توفير أجهزة إعلامية متطورة بتقنيات متخصصة لنقل المعلومات بدقة، وبالصورة الصحيحة للإسلام لمواجهة الحملات الإعلامية الغربية المضللة، لإيجاد عمل مشترك يحمي ويخدم الأمة العربية الإسلامية، ويخدم ثوراتها التحررية من الانهيار، ويحصنها من الضياع في ضوء موثيق الشرف الإعلامي والتي تحدثت عنه المؤتمرات الإسلامية للإعلام في عدة عواصم عربية وإسلامية.

ويخلص البحث إلى نتائج تهدف إلى تطوير إستراتيجية الإعلام الدعوي حتى يرقى إلى المستوى المطلوب وضعف وسائل الإعلام الدعوي يعود لضعف التمويل، كما أن تبعية الإعلام المعاصر للإعلام الصهيونى وأمريكى ووسائل الإعلام الغربى وتسييس الإعلام وتسخير لخدمة الأغراض السياسية والحزبية أفقده القدرة على الحرية

والإبداع والتطور وعدم وجود استراتيجية إعلامية دعوية ترقى إلى المستوى المطلوب في إعداد البرامج على أسس علمية منهجية دينية.

كما ويخلص البحث إلى توصيات ومنها العمل على تدريب كوادر من الإعلاميين الدعويين تدريباً عالياً من قبل دعاة إعلاميين وعلماء ومفكرين تدافع عن الأمة وما يحاك لها من مؤامرات على ثقافته وإعلامه وثرواته، وذلك من خلال دعم وتمويل الدعاة الإعلاميين، ووضع حوافز تشجيعية ليتم النهوض بالدعوة والإعلام لنشر الوعي والثقافة من خلال وضع استراتيجية إعلامية دعوية ليتم التواصل مع الجمهور بكل الوسائل الحديثة ليتعرفوا على سماحة الإسلام ووسطيته، كما تناول البحث استراتيجية الإعلام، والمفهوم العام للاتصال وحاضر الإعلام الدعوي واستراتيجية تطور الإعلام الدعوي، والتخطيط الاستراتيجي للإعلام الدعوي من حيث المحاور والمقومات والمعوقات.

**Abstract:**

This research addresses the issue of the strategic perspective of the Jordanian media advocacy. The main idea of this research is based on the social-media-strategy which has many educational and advertising objectives. The media advocacy focuses on the methodology of 'Islamic call' through audio-visual and written media, social networking, lectures, seminars, Friday sermons and homilies, religious events, and preachers' trips which address different levels of people. The researcher has employed the descriptive and historical approach to prepare his research design taking into consideration important points such as competitive procedures and strategies against the west in all fields as well as providing advanced media devices in transferring information accurately and the right concept of Islam as to face western deceptive media campaigns. Consequently, we can find a common framework that protects and serves the Arab and Islamic nation in addition to their liberal revolutions. Moreover, the common framework can also secure the Islamic nation from loss in light of the charters of the media honor, which Islamic conferences talked extensively about it to the media in several Arab and Islamic capitals.

The findings of this research aim to develop advocacy media strategy as to reach the desired level. The findings indicate that the weakness of advocacy media means is due to lack of funding. Besides, the contemporary media dependency to the US-Zionist media, the western media means, the politicization of media to serve the political and part purposes have all influenced the Jordanian advocacy media in terms of freedom, creativity, innovations and lack of religious media advocacy strategies.

Furthermore, the research has come up with some fruitful recommendations. First, training a group of TV and radio presenters by Islamic preachers and intellectual scholars is highly needed. This can be only done by supporting preachers

financially along with providing them motivational incentives as to spread awareness and culture among people. Accordingly, establishing a good strategy advocacy media is very much needed in order to make a good communication with people using all kinds of modern media, giving them the opportunity to know the tolerance and moderation of Islam. Finally, this research talked about media strategy, the common concept of communication, the present media advocacy, the strategic developmental advocacy media, the strategic planning of advocacy media in terms of themes, elements and constraints

## المقدمة

إن الحمد لله نحمده ونستعينه ونستغفره ونستهديه ونعوذ بالله من شرور أنفسنا ومن سيئات أعمالنا، من يهده الله فهو المهتد ومن يضلل فلا هادي له وأشهد أن لا إله إلا الله وحده لا شريك له وأشهد أن سيدنا محمد الهادي البشير المبلغ عن ربه القائل (لا تكتبوا عني ومن كتب عني غير القرآن فليمحه وحدثوا عني ولا حرج ومن كذب علي متعمداً فليتبوأ مقعده من النار).<sup>(1)</sup>

تناولت هذه الدراسة المنظور الإستراتيجي للإعلام الدعوي الأردن وذلك لحاجة العالمين العربي والإسلامي للأخذ بيدها لبناء إستراتيجية بناءة صالحة لكل الأجيال على المستوى المحلي والإقليمي والدولي كي ترقى بعقيدتها وفكرها وثقافتها على المدى البعيد اعتماداً على تخطيطات وإجراءات منافسة لإستراتيجية الغرب في كافة المجالات والعمل على تطوير بنية إعلامية متطورة بتقنيات مختصة بنقل المعلومات بدقة وفضح الانتهاكات الصهيوأمركي والغرب لواقع المسلمين والاستخفاف بهم .

فصراع العالم صراع حقيقي وأول ضحاياه هم المسلمون خاصة والعرب عامة ،وليست مصادفة أن تقع مناطق النزاع في العالم اليوم في الدول المسلمة،فلسطين ،أفغانستان، العراق ،دارفور السودانية ،سوريا ،مصر وغيرها من الدول التي تعاني لما يخطط لها من قبل العالم لإسقاطها وإيجاد خلل بداخلها .

---

1 . الامام ابو الحسين مسلم بن الحجاج بن مسلم القشيري النيسابوري : الجامع الصحيح المسمى صحيح مسلم ، كتاب: الزهد والرقائق ، باب : التثبت في الحديث وحكم كتابة العلم ، 4م ، ج 8 ، ص 229 .



ولعل صراع الحضارات الذي جعل من الإعلام مصدراً لمعرفة ما يدور في فلك الدول العربية والإسلامية، فمن هنا انطلقت أهمية الإعلام الدعوي وإستراتيجياته في إعداد الخطط الكفيلة لبث روح فهم العقيدة الإسلامية بدل الإعلام الزائف والصهيوي أمريكي لإيقاف الزحف الباطل ضد الإسلام والمسلمين.

### هدف البحث:

دراسة المنظور الإستراتيجي للإعلام الدعوي بدولة الأردن وهذا يستدعي دراسة الأهداف التالية :

- العمل على ايجاد دراسة إستراتيجية ببناء تتصدى للإعلام الغربي .
- تطوير الإعلام وبيان حقيقة الإسلام من خلال إستراتيجية ببناء تهدف إلى توعية المجتمع بكل اللغات .
- التعرف على واقع الإعلام الدعوي بدولة الأردن وربطه بضوابط الشريعة الإسلامية وذلك من خلال إستراتيجية دعوية إسلامية .
- التعرف على المشاكل التي يعاني منها الأفراد في المجتمع الإسلامي الاردني وحلها عبر وسائل الإعلام المختلفة بوضع إستراتيجية لعلماء الأمة ودعاتها من خلال المؤتمرات والندوات ،الخطب ، المواعظ، الفضائيات، شبكات التواصل الاجتماعي، اللقاءات على خشبة المسرح الحر.

## أهمية البحث:

للبحث أهمية كبرى تبدو في الآتي :

أولاً : للإعلام أهمية في رصد استخدام التخطيط والبحث العلمي في المؤسسات الإعلامية والدعوية لإيصال رسالة الإسلام ، وهذا يقتضي المزيد من الجهد والعمل على توظيفه في تبليغ رسالة الإسلام .

ثانياً : للإعلام دور مؤثر وخطير في استقطاب الرأي العام في كل القضايا المحورية وتبدو أهميته في ضرورة إرساء قيمه وقواعده وضبط أساليبه .

ثالثاً : يستخدم الإعلام في العصر الحديث في بث ونشر الأفكار الهدامة وسلخ الناس عن دينهم وقيمهم وتقاليدهم ، وبالتالي فإن الأهمية تبدو في ضرورة الوقوف والتصدي للإعلام الغربي ومفاسده.

رابعاً : أصبح الإعلام يسمى السلطة الرابعة لمقدرته وسطوته على المجتمعات وتأثيره في بث رسالة الإعلام للدعوي ، ومن هنا تتعظم الأهمية بدور الإعلام للدعوي الإسلامي .

## مشكلة البحث:

تتلخص الإشكالية المعرفية للبحث في بحث ودراسة بيئة ومعوقات الإعلام الدعوي وتقديم رؤية إستراتيجية ترتقي بالإعلام الدعوي في مجالاته المختلفة بالأردن، يطرح الباحث منظومة من الأسئلة حول ضعف الإعلام الدعوي الإسلامي بطرح السؤال الرئيس التالي :

ما هو المنظور الاستراتيجي للإعلام الدعوي بالاردن وتتفرع منه الأسئلة التالية :

ما هو المفهوم العام للإعلام و الاتصال ؟

ما هو واقع الإعلام الدعوي ؟

ما هي استراتيجية الإعلام الدعوي ؟

ما هي الرؤية الاستراتيجية للإعلام الدعوي ؟

### منهج البحث:

استخدم الباحث المنهج الوصفي الذي يناسب مثل هذا النوع من البحوث كما استخدم الباحث المنهج التاريخي للدراسة والتحليل النوعي الذي يندرج تحته أسلوب الدراسات المسحية بينما يرى البعض الآخر أن المسح هو في حد ذاته منهج علمي مستقل بذاته.

### مصطلحات البحث اصطلاحاً:

المنظور: هو الثبات على القيم والمبادئ المستمدة من القرآن والسنة لصياغة الإعلام ومرجعياته من أجل التجديد بالوسائل والأساليب وحاجات العصر ومقتضياته.<sup>(1)</sup>

الإستراتيجية: هي كل الأطروحات و الوسائل و الأفكار المتناسقه و المتكامله التي من شأنها تحديد و تحقيق المصالح الوطنيه و تحقيق ميزات و قدرات تنافسيه من منظور عالمي للدولة و مؤسساتها , تمكّنها من تحقيق غاياتها عبر احسن استغلال

---

1 . منتصر حاتم حسين، أيديولوجيات الإعلام الإسلامي، ط1 (الأردن- عمان: دار أسامة للنشر والتوزيع، 2011) ص 27، بتصرف.

للفرص و الموارد , و تستجيب عبرها للمخاطر و التهديدات و نقاط الضعف في البيئة المحلية و الدولية , ويتم عبرها تحديد الرؤية و الرسالة و الغايات و الأهداف الإستراتيجية للدولة.<sup>(1)</sup>

الإعلام: تزويد الناس بالأخبار الصحيحة و المعلومات السليمة و الحقائق الثابتة التي تساهم في تكوين رأي صائب في واقعة من الوقائع أو مشكلة من المشكلات , بحيث يعبر هذا الرأي تعبيراً موضوعياً عن عقلية الجماهير و اتجاهاتهم و ميولهم.<sup>(2)</sup>  
الدعوة: تبليغ الإسلام للناس , و تعليمه إياهم , و تطبيقه في واقع الحياة.<sup>(3)</sup>  
الأردن: أحد أحفاد نوح عليه السلام, وهي الأرض المنخفضة الخصبة والمنحدرة, ويطلق عليها بلاد ما وراء النهر.<sup>(4)</sup>

## مصادر جمع المعلومات:

### المصادر الثانوية:

القرآن الكريم, الحديث النبوي, قائمة المراجع, الكتب, الرسائل الجامعية, المعاجم اللغوية, البحوث والأوراق العلمية, المواقع الإلكترونية, المجلات والدوريات.  
المصادر الأولية: العمل الميداني و يتمثل في:

- 
- 1 - محمد حسين أبو صالح : التخطيط الإستراتيجي القومي , (2/4) ,
  - 2 - إبراهيم إمام : الإعلام الإسلامي , المرحله الشفهية (القاهرة - مصر : مكتبة الأنجلو المصرية , 1998 م) , ص 27
  - 3 - محمد أبو الفتح البيانوني : المدخل إلى علم الدعوة , ط3 (دمشق - سوريا : مؤسسه الرسالة ناشرون , 2011 م ) ص 17
- assim.yoo7.com/t922-topic , 4 , بتصرف.

## مجتمع البحث:

في وكالة الأنباء الأردنية والمؤسسة العامة للتلفزيون والإذاعة الرسمية والفضائيات الخاصة بالدعوة والإعلام كفضائية اقرأ وفضائية المجد، ووزارة الأوقاف من مدراء و موظفين وعاملين في مجالي الإعلام والدعوة والمجتمع التعليمي .

## عينة البحث:

بالرجوع إلى الدراسات الإعلامية والتي تتعامل مع قاعدة عريضة لذا فإنها تلجأ للتعامل بنظام العينات وذلك للصعوبة باللجوء إلى التعامل مع هذه القاعدة المعرفة بأسلوب العصر أو الرصد الشامل لكل مفرداتها.<sup>(1)</sup>

وقام الباحث في هذا البحث الذي يتناول المنظور الإستراتيجي للإعلام الدعوي لدولة الأردن بتحديد عينته العمرية باختيار مؤسسة التلفزيون والإذاعة الرسمية والفضائية ، وفضائيات خاصة وإذاعة حياة إف إم وفضائية اقرأ ، وبعض الموظفين من مدراء أقسام وموظفين من وزارة الأوقاف و المجتمع التعليمي .

## فرضيات البحث:

**الفرضية الأولى:** الإعلام الدعوي في الأردن تقليد إلى أبعد الحدود ولم يستفد من الثورة التكنولوجية العالمية.

---

1 . محمد عبد الحميد: البحث العلمي في الدراسات الإعلامية (القاهرة - مصر: عالم الكتب، 2000 م)ص 129 .

الفرضية الثانية: لا يوجد ترابط حقيق فعلي بين المؤسسات الحكومية الإعلامية وبين مراكز البحث العلمي لعدم توفر خبراء استراتيجيون.

الفرضية الثالثة: يواجه الإعلام الإسلامي الدعوي الكثير من المعوقات والتي تحول دون انطلاق الدعاة لنشر تعاليم الإسلام وحرية التعبير.

#### الحدود الزمانية والمكانية للبحث:

الحد الزماني : 2015/2011 م .

الحد المكاني : المملكة الأردنية الهاشمية .

#### أسئلة البحث المحورية والفرعية:

ما هو مستقبل الإعلام الدعوي في الأردن؟

ما هي الإستراتيجية الفاعلة لنجاح الإعلام الدعوي في الأردن؟

ما هو واقع التخطيط الإستراتيجي في المؤسسات الإعلامية الحكومية وغيرها؟

ما مدى الترابط ما بين المؤسسات الحكومية الإعلامية والإستراتيجية للتخطيط

وتلاؤمها مع البحوث العلمية؟

ما هي المشاكل والمعوقات التي تواجه الإعلام الإسلامي الدعوي وبحوث الاتصال في

المؤسسات؟

ما مدى مخاطر التكنولوجيا الجديدة التي تهدد الإعلام والاتصال؟

## الدراسات السابقة:

### الدراسة الأولى:

عبد الله حسن تامور، دراسة وصفية تحليلية بالتطبيق على برنامج أفراح الروح.  
رسالة دكتوراه غير منشورة . ( ام درمان - الجامعة الإسلامية , كلية الإعلام , قسم  
الإذاعة و التلفزيون , 2012 م ) .

استخدم الباحث: منهج البحث الوصفي التحليلي الذي يفسر الوضع القائم للظاهرة  
أو المشكلة من خلال تحديد ظروفها وأبعادها وتوصيف العلاقات فيها بهدف الانتهاء  
إلى وصف عملي دقيق متكامل للظاهرة أو المشكلة، ويقوم على الحقائق المرتبطة  
بها، بالإضافة إلى تحليل البيانات وقياسها وتفسيرها والتوصل إلى توصيف دقيق  
للظاهرة ونتائجها.

### النتائج:

1. الاهتمام بالعبادات والشعائر الدينية في فقرات الدراسة والأنشطة الإنسانية في  
النواحي الاقتصادية والاجتماعية، وجوانب الآداب، وإهمال كامل للجوانب السياسية.
2. وظيفة التثقيف والتعليم والبحث والتشاور جاءت على حساب وظيفة التثقيف  
والتعليم والبحث والتشاور جاءت على حساب وظيفة الترفيه والتسلية كوظيفة من  
وظائف التلفزيون التي تحمل البعد الدعوي .

3. يبني البرنامج في جميع حلقاته على الجانب الإيماني والعقدي بصورة أكبر من جانب الانتماء الذي يعتبر أوسع وأشمل .

#### التوصيات:

1. استخدام وظائف التلفزيون في ترقية المجتمعات الإسلامية ورفع نسبة التدين في الحياة العامة بتأصيل الأنشطة الإنسانية.

2. الاهتمام بالترفيه والتسلية والمسابقات والألعاب وربطها بالمفاهيم الإسلامية وتوضيح النفسية باعتبارها معياراً لاختيار الجمهور لوسيلته ومن ثم برامجها .

3. بناء برامج الدعوة الإسلامية وفق البناء الإنتمائي الذي يعنى بالحضارة والتاريخ والثقافة والمجتمع في قالب جاذب لتحقيق قاعدة جماهيرية أكبر .

علاقة البحث بالدراسة: تلتقي الدراسة بالبحث في المنهج الوصفي والذي يعد جزءاً مهماً في التثقيف والتوجيه والدعوة للجمهور الملتقي .

تاريخ الدراسة: 2008 / 2009 م .

#### الدراسة الثانية:

● عبده عثمان عبده عبد الله إدريس , دراسة وصفية تحليلية على عينة من المؤسسات الإعلامية الاتحادية بولاية الخرطوم.

رسالة دكتوراه غير منشورة ( ام درمان - السودان للعلوم و التكنولوجيا , كلية الدراسات العليا للإعلام , قسم الإعلام , 2010 م ).

استخدم الباحث: المنهج الوصفي كما استخدم المنهج التاريخي .



## النتائج: خرج بنتائج:

(1) كشف 36.6% من المبحوثين أن التخطيط في المؤسسات الإعلامية أحياناً يقوم على أسس علمية. ويتضح من هذه النتيجة أن التخطيط في المؤسسات الإعلامية لا يستند بصفة مستمرة على أسس ومعايير علمية .

(2) أوضح 41.5% من العينة أنه أحياناً يتم قياس نتائج التخطيط بدقة وانتظام .

(3) يرى 31.7% من المبحوثين أنه أحياناً يتم تقييم علمي لبحوث الاتصال التي تجريها المؤسسات الإعلامية. ويتضح من هذه النتيجة عدم وجود تقييم علمي دائم لبحوث الاتصال التي أجرتها المؤسسات الإعلامية .

## التوصيات:

(1) على المؤسسات الإعلامية أن تضع خطط محددة بصفة دائمة وتكون الخطة مرنة .

(2) يجب الاستعانة بصفة مستمرة بالمخطط عند وضع السياسة العامة للمؤسسة .

(3) على الإدارات العليا للمؤسسات الإعلامية إشراك إداراتها وأقسامها في وضع الخطط الإعلامية .

علاقة البحث بالدراسة: تلتقي الدراسة بالبحث في التقارب من المنهج الوصفي والتاريخي والتحليلي والمسح الميداني في رسم خارطة طريق للتخطيط الإستراتيجي الإعلامي في وسائل الإعلام .

تاريخ الدراسة: 2010/2009 م

### الدراسة الثالثة:

علي عيسى عبد الرحمن : التخطيط الإستراتيجي للدعوة الإسلامية في ظل التحديات المعاصرة (بالتطبيق على الوسائل والأساليب).

ماجستير غير منشورة ( ام درمان الإسلامية - معهد البحوث و الدراسات الإستراتيجية - قسم الإعلام -2010 م ) .

استخدم الباحث: المنهج الوصفي والتاريخي في الوصول إلى نتائج وتوصيات تدعم الدعوة الإسلامية .

### النتائج:

توصل الباحث إلى أن البيئة الإسلامية الداخلية تحتاج إلى اعتماد الإسلام اعتماداً وسلوكاً لبلوغ ما كان عليه السلف .

توصل الباحث إلى أن عناصر القوة الإستراتيجية في الإسلام هي التي حافظت على بقاء واستمرارية الإسلام وصون المسلمين .

إدراك الباحث أن التحديات الخارجية تمثل عائقاً في طريق المسلمين يكبحهم من بلوغ كمال الدين.

### التوصيات:

يوصي الباحث باعتماد التخطيط الإستراتيجي في العمل الدعوي .

يوصي الباحث بإنشاء مؤسسات تُعنى بالعمل الدعوي والحوار بين الأديان وإدارة الأزمات التي تواجه المسلمين .

تفعيل المسلمين والأقليات المسلمة وتحصينهم من الغزو الفكري والثقافي عن طريق إنشاء مؤسسات تعنى بالغزو الفكري والثقافي .

علاقة البحث بالدراسة: تلتقي الدراسة بالبحث من حيث التخطيط الإستراتيجي بكيفية مواجهة وسائل الإعلام والغزو الفكري الغربي .

تاريخ الدراسة: 2010/2009 م.

#### الدراسة الرابعة:

سلوى عبد الله عطا عبد الله وسائل الدفاع عن الدعوة الإسلامية . ماجستير غير منشورة ( جوبا، الدعوة الإسلامية- كلية الإعلام-2008 م )

#### عنوان الرسالة:.

استخدم الباحث: المنهج الوصفي والتاريخي في بيان أن العدو للإسلام والمسلمين منذ ظهور سيد البشرية إلى يوم الدين هم اليهود وأعوانهم .

#### النتائج:

للإسلام أعداء من خارجه ،وأشدهم اليهود والمشركين ثم النصارى ،ومن داخله وأشدهم المنافقون ثم الجهلاء وأصحاب الأهواء والبدع .

أغلب المعادية للإسلام نتجت من ظلم الملوك والحكومات الظالمة للشعوب باسم الدين المحرف ،سواء أكان يهودياً أو نصرانياً فأعلنتها حرب على الدين عامة وخاصة الإسلام .

أكثر ما يعرض الأمة للخطر فقدان الوعي وافتتانها بكل دعوة واندفاعاتها إلى كل موجة .

### التوصيات :

أوصي المسلمين على الإيمان مهما صادفتهم محنة أو شدة ومهما كان حال أعداء الإسلام من قوة أو منعة ومهما كانت حالهم من قلة عتاد أو عدة فإن مجابهة الأعداء بالإيمان هي القوة الحقيقية وسيرة الرسول صلى الله عليه وسلم وصحابته أكبر دليل على ذلك .

أوصي المسلمين بأن يستعملوا بأنفسهم من موالاة أعداء الله والبراءة من كل منهج وتشريع يخالف شرع الله .

أوصي العلماء بمحو آثار الغزو الفكري وذلك بتعرية الجاهلية الحديثة وتعزيز زيفها وتبين انحرافها مع إيجاد البديل الإسلامي .

علاقة البحث بالدراسة: تلتقي الدراسة بالبحث في بيان خطر الغزو الفكري بكل أصنافه ضد الإسلام والمسلمين على رأسهم اليهود والنصارى والمنافقين "الطابور الخامس" بتحليل وصف تاريخي وميداني لكل ما يحدث للأمة الإسلامية .

تاريخ الدراسة: 1429 هـ / 2008 م.

### الدراسة الخامسة:

عبدالله بن محمد المديفر الدراسات المستقبلية وأهميتها للدعوة الإسلامية

ماجستير ( الرياض - جامعة محمد ابن سعود الإسلامية , قسم التربية الإسلامية ,  
كلية الدعوة , 1427 هـ ) .

استخدم الباحث: المنهج الوصفي الوثائقي، المنهج التاريخي، المنهج الوصفي  
الارتباطي.

### النتائج :

(1) الدراسات المستقبلية: جهدٌ علميٌ مُنظَّم، يَسعى إلى تحديدِ احتمالاتٍ وخياراتٍ  
مختلفةٍ مشروطةٍ لمستقبلِ قضيةٍ، أو عددٍ من القضايا، خلالَ مدةٍ مستقبليةٍ محددةٍ،  
بأساليبٍ متنوعةٍ، اعتمادًا على دراساتٍ عن الحاضرِ والماضي، وتارةً بابتكارِ أفكارٍ  
جديدةٍ منقطعةٍ الصلةِ عنهما.

(2) ظهرت الدراسات المستقبلية في منتصف القرن العشرين الميلادي، في الولايات  
المتحدة الأمريكية، ثم في أوروبا؛ وأذكتها عوامل الدفاع العسكري.

(3) تتنوع أهداف الدراسات المستقبلية، وهي ترجع إلى هدف عام، هو: محاولة  
تحسين القرار.

### التوصيات:

(1) يوصي الباحث المؤسسات الإسلامية الكبيرة، والدعوية بخاصة، وإدارات الإفتاء،  
ومجمعَي الفقه الإسلامي في مكة المكرمة وجدة، بإحداثِ إداراتٍ فيها للتشاورِ  
المتميز، وتدريب موظفين على إجادَةِ تطبيقِ هذا الأسلوب، والحصول على البرامجِ  
الحاسوبيةِ الجاهزةِ التي تسهل عملية تطبيقه، وتغريبها، وهي كثيرة في الغرب.

2) من المهم التدرج في تطبيق الدراسات المستقبلية عند المسلمين، فيبدأ ببث الوعي بشأنها بين العلماء والدعاة والمختصين، وتوضيح أهميتها للمسلمين؛ فالتدرج طريق للمحافظة على بناء الأمة، وألا يكون تطبيق الدراسات المستقبلية، والدعوة إليها سبباً في انقسام الأمة وهدم بنائها.

3) يوصي الباحث بجمع التجارب الدعوية و حفظها، بطريقة يسهل معها استرجاع معلوماتها بسهولة، سواء كانت تجارب ناجحة أو فاشلة، ومحاولة معرفة أسباب النجاح والفشل وتدوين ذلك. ولعل أهم من يناط به هذا: وزارة الشؤون الإسلامية والأوقاف والدعوة والإرشاد، وكليات الدعوة.

علاقة البحث بالدراسة: تلتقي الدراسة بالبحث من حيث مقومات النجاح وعوامل الفشل للدعوة والإعلام والدعاة والعلماء والمفكرين وأن عليهم واجب كبير في توجيه الأمة عبر كل الوسائل الحديثة ليخرجوها من الظلمات إلى النور .

تاريخ الدراسة: 1427هـ

## تنظيم البحث:

يتمثل في الباحث و الدعاة و العلماء و الجمهور و الخبرة, و وسائل الإعلام و الإعلاميين و المجتمع التعليمي .

كما يتكون البحث من أربعة فصول و خاتمه :

الفصل الأول : المفهوم العام للإعلام و الإتصال .

الفصل الثاني : حاضر الإعلام الدعوي .

الفصل الثالث : إستراتيجية الإعلام الدعوي .

الفصل الرابع : التخطيط الإستراتيجي للإعلام الدعوي .

## الفصل الأول

### المفهوم العام للإعلام والاتصال

---

---

---

وفيه أربعة مباحث:

المبحث الأول:- تعريف الإعلام لغة واصطلاحاً

المبحث الثاني:- مقومات البرنامج الإسلامي في التلفزيون الأردني

المبحث الثالث:- وظائف الإعلام الإسلامي وأهدافه

المبحث الرابع:- الضوابط الشرعية في استخدام شبكة المعلومات العالمية "الإنترنت"





## الفصل الأول

### المفهوم العام للإعلام والاتصال

#### المبحث الأول

#### تعريف الإعلام والاتصال لغةً واصطلاحاً

##### المفهوم العام للإعلام والاتصال:

قبل التعرض لتعريف مصطلحي الإعلام والاتصال يرى الباحث أنَّ الإعلام والاتصال الجماهيري علم قائم بذاته، ولقد أسفرت تكنولوجيا الاتصال وثورة المعلومات بعد تتابع التطورات التقنية عن واقع جديد يفرض نفسه في عالمنا المعاصر المتغير ولهذا نجد أن هناك احتكاراً لتكنولوجيا الاتصال وتقنياته والتحكم في مصادر الإعلام والمعلومات، فخلق حالة من عدم التوازن في المنطقة العربية خاصة والدول النامية عامة، لأننا لا زلنا في موقف المتلقي وأن صوتنا في الدول العربية غير مسموع في ظل النظام الإعلامي الدولي والصهيويأمريكي الغير متوازن، وخاصةً فيما يتعلق في قضايانا العربية والإسلامية على وجه الخصوص.

ويرى بعض الباحثين أن علم الاتصال لا يزال في طور النمو ولذا يكفي أن نقول إنَّ الاتصال:- هو العملية التي يتم بمقتضاها تكوين العلاقات بين أعضاء المجتمع بصرف النظر عن حجم هذا المجتمع وطبيعة تكوينه، وتبادل المعلومات والآراء والأفكار والتجارب فيما بينهم، كما أن كل عناصر الثقافة التي يمكن نقلها- أو

توصيلها- من فرد لآخر أو من جماعة إلى أخرى أو من جيل إلى آخر تؤلف مادة الاتصال<sup>(1)</sup>.

أما الإعلام:- فيعرف بأنه عملية تزويد الناس بالأخبار والحقائق والمعلومات الصادقة عن طريق وسائل خاصة، أو هو اطلاع الرأي العام في الداخلي والخارج على ما يدور من أحداث ووقائع وبث الثقافة والوعي بين صفوفه<sup>(2)</sup>.

وكما يقول منتصر حاتم حسين أن الإعلام هو:- كل نقل للمعلومات والمعارف والثقافات الفكرية والسلوكية، بطريقة معينة، خلال أدوات ووسائل الإعلام والنشر، الظاهرة والمعنوية، ذات الشخصية الحقيقية أو الاعتبارية، بقصد التأثير، سواء عبر موضوعياً أم لم يعبر، وسواء كان التعبير لعقلية الجماهير أو لغرائزها<sup>(3)</sup>.

لذلك إذا أردنا أن نتحدث عن الإعلام الإسلامي كنوع من أنواع الاتصال فإن الأمر يقتضي إخضاع مضامين ذلك الإعلام إلى ضوابط الشريعة الإسلامية، وهذا ما يميزه عن غيره من الإعلام.

فالإعلام في الاتصال الإسلامي يعرف على أنه:- نشاط اتصالي يريد به القائم بالاتصال نقل معلومات عن الدين الإسلامي بهدف توعية المسلمين وتوجيههم

---

1. عبد الرزاق محمد الدليمي: المدخل إلى وسائل الإعلام والاتصال، ط 1، (عمان - الأردن: دار الثقافة للنشر والتوزيع، 2011 م)، ص 13.

2. عبد الرزاق محمد الدليمي: المدخل إلى وسائل الإعلام والاتصال، م. س. د، ص 17.

3. منصر حاتم حسين: أيديولوجيات الإعلام الإسلامي، ط 1 (عمان - الأردن: دار أسامة للنشر والتوزيع، 2011 م) ص 20.

وإرشادهم وتبصيرهم بأمور دينهم وحثهم على التمسك بتعاليم الدين الإسلامي لتكوين رأي عام صائب يعي الحقائق الدينية ويعمل بها<sup>(1)</sup>.

أما الإعلام والاتصال فهما كلمتان تتقاطعان بحيث أننا نجد البعض يستعمل أحدهما بدل الآخر فعلى العموم يمكننا القول إنه إذا كان الإعلام يعني أساساً للمعطيات والأخبار والمعلومات. فالاتصال يستلزم الحوار ووجود علاقات .

وإذا كان مفهوم الإعلام يعبر عادة عن شيء ثابت (محتوى، حالة، وضعية) فالاتصال عبارة في الغالب عن عملية (علاقة) ولكن لا يمكن أن يكون اتصال دون إعلام، فالاتصال أشمل. وهو أكثر استعمالاً حالياً في التراث الأكاديمي المخصص، ويمكن إيجاز تعريفه فيما يلي :

إنه عبارة عن عملية تفاعل معلوماتي هادفة، وهو عادة ما يوصف بالوسيلي لارتباطه بإحدى وسائل الإعلام والاتصال المعنية بالدراسة في عملنا هذا، والاتصال قد يكون ذاتياً (بين الشخص نفسه)، أو شخصياً (بين شخصين)، تنظيمياً (خاص بالمنظمات)، جماهيرياً (موجه لجمهور عام وواسع).

فالاتصال إذاً عبارة عن عملية نقل المعلومات بقصد التواصل والتأثير الاجتماعي بوسائل مناسبة ← أي له ستة مكونات وهو أشمل من الإعلام. وهناك من يعبر بأن الإعلام يتضمن الاتصال لأنه أشمل منه

---

1. هاشم أحمد انغيمش: الإعلام الإسلامي في التلفزيون، أطروحة دكتوراه، (بغداد: جامعة بغداد، 2001 م) ص 80.

أما عبد المجيد شكري يرى أنها:- مجمل المعارف والخبرات المتراكمة والمتاحة، والأدوات والوسائل المادية والتنظيمية والإدارية المستخدمة في جمع المعلومات ومعالجتها وإنتاجها وتخزينها واسترجاعها ونشرها وتبادلها، أي توصيلها إلى الأفراد والمجتمعات<sup>(1)</sup>.

أما علي مصطفى فيقصد بالإعلام هو:- تزويد الناس بالمعلومات والحقائق والأخبار الصادقة لمساعدتهم على تكوين رأي سليم حول قضية ما أو مسألة معينة<sup>(2)</sup>.

ونقصد بوسائل الإعلام الجماهيري كما يقول علي الأشهر:- ذات القدرة على الوصول إلى جماهير متعددة في التوقيت ذاته والمتمثلة في الصحف "جرائد ومجلات" الإذاعة والتلفزيون "إذاعات وتلفزيونات محلية وإقليمية - فضائيات" بالإضافة إلى الإنترنت وهي أحدث وسيلة إعلامية وربما أخطرها على الإطلاق لاسيما وأن أكثر مستخدميها هم من فئة الشباب وتأثيرها عليهم سلباً وإيجاباً كان محور اهتمام مئات الدراسات العلمية<sup>(3)</sup>.

ولذلك فليس من الغريب أن نجد من المتخصصين في علوم الإعلام (LLORENTE ,BERNETE ,BECERRIL) من يفرق بين تكنولوجيات الإعلام والاتصال (TIC) التي تشمل الوسائل ما قبل الإلكترونية: صحف، مجلات .. وبين "التكنولوجيات الجديدة للإعلام والاتصال" (NTIC) التي تخص

- 
- 1 . عبد المجيد شكري: تكنولوجيا الاتصال، (القاهرة- مصر، دار الفكر العربي، 1996 م) ص 11
  - 2 . علي مصطفى بن الأشهر: دور وسائل الإعلام في إحياء التراث العلمي العربي الإسلامي، في المنظمة العربية للتربية والثقافة والعلوم ( تونس، الإعلام العربي، الجمهور، 1994 م)، ص 12 .
  3. علي مصطفى بن الأشهر: دور وسائل الإعلام في إحياء التراث العلمي العربي الإسلامي، في المنظمة العربية للتربية والثقافة والعلوم، الإعلام العربي والجمهور، م. س. ذ ص 12.

الوسائل الإلكترونية (راديو، تلفزيون، إنترنت...) ولكن دون الأخذ بعين الاعتبار أن صفة "الجديدة" نسبية من الناحية الزمنية. إنها مرنة، دائمة التغير وغير صحيحة بالجملة<sup>(1)</sup>.

الإعلام لغة: من مادة علم، والعلم نقيض الجهل، وأذن بالشيء إذناً وأذناً وأذانه أعلمه، من أعلم: أعلم نفسه وفرسه جعل له أو لها علامة في الحرب. وأعلم الثوب: جعل له علماً من طراز وغيره. أعلم فلان الخبر: أخبره به<sup>(2)</sup>.

وفي القرآن الكريم: ﴿فَأَذْنُوا بِحَرْبٍ مِّنَ اللَّهِ وَرَسُولِهِ﴾<sup>(3)</sup>.

وفي قوله تعالى: ﴿وَأَذَانٌ مِّنَ اللَّهِ وَرَسُولِهِ إِلَى النَّاسِ يَوْمَ الْحَجِّ الْأَكْبَرِ﴾<sup>(4)</sup>.

أي إعلام من الله ورسوله، والأذان: الإعلام بدخول وقت الصلاة.

هو الترجمة العربية لكلمة (Information) التي تعني في اللغة الإنجليزية (خبراً ونبأ أو إشعار أو إنباء) وفيها (Informer) والتي تعني (مُخبّر - مُبلِّغ - فتان - وقاع)<sup>(5)</sup>. والإعلام في اللغة العربية اسم مشتق من الفعل أعلم يُعلم إعلاماً، ويأتي بمعنى الأثر، أي الشيء الذي يُعلم به المكان فيصبح أثراً يدل عليه كعلم الجيش أو

---

1 فضيل دليو: التكنولوجيا الجديدة للإعلام والاتصال (NTIC/NICT) المفهوم- الاستعمالات- الآفاق، م. س. ذ، ص30.

2 . إبراهيم أنيس ورفاقه: المعجم الوسيط، ج1-2 م. س. ذ، ص654.

3 سورة البقرة، آية 279.

4 سورة التوبة، آية 3.

5 1973 ,Eliasa.elias&ED.Elias,Pocket dictionary,English-Arabic Bayeot:Aljeel House,P.9

الطريق، وسمي الجبل علماً لأنه يُعَلَّمُ به الطريق ف (العَلَمُ الأثر الذي يُعَلَّمُ به الشيء)<sup>(1)</sup>.

ويعرف الدكتور عبد الرزاق محمد الدليمي الإعلام لغة: هو التبليغ والإبلاغ أي الإيصال، يقال بلغت القوم بلاغاً أي أوصلتهم الشيء المطلوب، والبلاغ ما بلغك أي وصلك، وفي حديث: "بلغوا عني ولو آية"، أي أوصلوها غيركم وأعلموا الآخرين<sup>(2)</sup>.

### الإعلام اصطلاحاً:

فقد ذهب فيه العلماء مذاهب شتى، ولكن أوتوجرت الألفاني يعرف الإعلام بأنه:- هو التعبير الموضوعي لعقلية الجماهير ولروحها وميولها واتجاهاتها في الوقت نفسه<sup>(3)</sup>.

وإن كان واقع الإعلام في أغلب الأحيان عكس ذلك يقول تيسير محجوب الفتياي:- إن المذيع أو المحرر أو الصحفي أو الفني لا يعبر في الغالب عن ذاته فيما يذيع ويحرر، وإنما هو مجرد ناقل أداة للمصدر الإعلامي الأساسي والذي لا ينكر أحد أن يعمل من أجل تحقيق أهدافه الخاصة ولحساب مصلحته، وأكبر دليل على ذلك تأثر رجال الحكم ورجال الأعمال بخلاف الإعلام الإسلامي، لأن الإعلامي المسلم الصادق عندما يذيع أو يحزر أمراً من الأمور أو قضية من القضايا فإنما يتجرد من ذاته كليةً، لأنه ينطلق من الكتاب والسنة ﴿إِنْ عَلَيْكَ إِلَّا الْبَلَاغُ﴾<sup>(4)</sup>، ﴿إِنَّمَا أَنْتَ نَذِيرٌ﴾<sup>(5)</sup>

---

1 الراغب الأصفهاني: المفردات في غريب القرآن، تحقيق سيد محمد الكيلاني، (القاهرة - مصر: مطبعة الباني الحلبي، 1961 م، ص344.

2 عبد الرزاق محمد الدليمي: المدخل إلى الإعلام والاتصال، م. س. ذ. ص17.

3 منتصر حاتم حسين: أدبيولوجيات الإعلام الإسلامي، م. س. ذ. ص20

4 سورة الشورى، آية 48

5 سورة هود، آية 2.

فالإعلام الإسلامي: إعلام موضوع حقيقة<sup>(1)</sup>.

كما أن الإعلام في الاصطلاح يشير إلى معنيين يشمل الأول: جميع أنماط الاتصال، بينما يقتصر الثاني على وظيفة واحدة من وظائف الاتصال ألا وهي وظيفة الإخبار أو الإبلاغ<sup>(2)</sup>.

ويؤدي الإعلام وظائف عدة لا تقتصر على الإخبار والترفيه، فالإعلام ليس مجرد نشاط إخباري أو ترفيهي، بل إنه يهتم بالتحقيق والتعليم بهدف بناء الإنسان<sup>(3)</sup>.

ويعرف عبد الرزاق محمد الدليمي الإعلام بأنه:- عملية تزويد الناس بالأخبار والحقائق والمعلومات الصادقة عن طريق وسائل خاصة أو هو الإطلاع الرأي العام في الداخل والخارج على ما يدور من أحداث ووقائع وبث الثقافة والوعي بين صفوفه<sup>(4)</sup>.

بعد أن تم استعراض التعاريف اللغوية والاصطلاحية والعلمية يمكننا استنتاج ما يلي:

الإعلام هو نمط من أنماط الاتصال يخضع لنظريات الاتصال ووسائله وأساليبه. يؤدي الإعلام مجموعة من الوظائف الهامة كالتعليم والتسلية والتثقيف والترفيه والإخبار.

---

1 تيسير محبوب الفتياني: مقومات ركن الإعلام الإسلامي، ط1، (عمان، الأردن: دار عمار، 1987 م)، ص13.

2 هادي نعمان الهيتي: الاتصال الجماهيري، المنظور الجماهيري، المنظور الجديد، عالم المعرفة 412 (بغداد - العراق: دار الشؤون الثقافية العامة، 1998 م) ص23.

3 محي الدين عبد الحليم: إشكاليات العمل الإسلامي بين الثوابت والمعطيات، كتابة الأمة 64 (قطر: وزارة الأوقاف والشؤون الإسلامية، 1998 م) ص67.

4 عبد الرزاق محمد الدليمي: المدخل الإسلامي إلى وسائل الإعلام والاتصال، م. ذ. ص 17.



الإعلام هو إخبار وإبلاغ الجمهور بمعلومات وأحداث صحيحة وصادقة.

كما أنه يخدم أهداف معينة تنصب في مصلحة الجهة التي تقوم بذلك النشاط أيّاً كان نوعه.

الاتصال لغةً واصطلاحاً:

الاتصال لغةً:

هو الترجمة العربية لكلمة Communication الإنجليزية والتي تعني نقل المعرفة أو المعلومة To convey Knowledge of or information about أو هي الإشارة باستخدام معاني واضحة To reveal by clear signs والاتصال أيضاً هو نقل أو توصيل بين شخص وآخر To cause to pass from One to another.

ويعرف أيضاً على أنه نقل معلومة أو فكرة أو مشاعر من أجل استقبالها بشكل مقبول، مرضي عنه ومفهوم

To transmit information, thought, or feeling so that it is satisfactorily, received or understood <sup>(1)</sup>

وكلمة الاتصال تأتي في اللغة العربية بمعانٍ متعددة تكاد تخدم نفس الغرض فهي من باب وصل بمعنى اتصل، ووصل الشيء بالشيء أي لأمه، وتأتي أيضاً بمعنى الوصل

---

1. Webster's ninth new collegiate dictionary 1986 by Merriam- Webster . publishers .spring field , Massachusetts , USA .

الذي هو ضد الهجران. ومنها أيضاً الصلة فمن وصل رحمه فقد أحسن إلى الأقربين إليه من ذوي نسبه ورفق بهم وعطف عليهم<sup>(1)</sup>.

والأوصال:- المفاصل التي هي مجمع العظام في جسم الإنسان والحيوان على سواء، وأتصل الشيء بمعنى لم ينقطع، بمعنى الاستمرار والدوام، والوصلة بالضم الاتصال وكل ما اتصل بشيء فما بينهما وصلة، ووصله وصلاً... وواصله مواصلةً ووصولاً يكون في عفاف الحب ودعائه. والموصل مدينة معروفة في العراق سميت بذلك لأنها وصلت بين الفرات ودجلة<sup>(2)</sup>، وتوصل إليه تلتطف في الوصول إليه، والتواصل ضد التصارم<sup>(3)</sup>.

مما سبق يتبين أن الاتصال هو:- عملية (اجتماعية- نفسية) مستمرة تقوم على المشاركة والتفاهم بين بني البشر حول موضوع معين وفكرة ما لتحقيق هدف القائم بعملية الاتصال.

### الاتصال في الاصطلاح:

الاتصال كلمة عامة شاملة تعبر عن التفاعل الاجتماعي بين البشر<sup>(4)</sup>. والاتصال هو العملية التي يتم بواسطتها نقل وتبادل المعلومات والآراء والأفكار بين طرفين أو أكثر.

---

1. لويس معلوف: المنجد في اللغة العربية، ط22 (بيروت - لبنان: دار المشرق، 1975م)، ص 903-904.

2. مجد الدين محمد بن يعقوب الفيروز آبادي: القاموس المحيط، المجلد الرابع (القاهرة- مصر: مؤسسة الحلبي وشركاؤه، بلا تاريخ)، ص 64-65.

3. محمد بن أبي بكر الرازي: مختار الصحاح باب وصل (الكويت: دار الرسالة، 1983م)، ص 724-725.

4. إبراهيم إمام: الإعلام الإسلامي، المرحلة الشفهية (القاهرة- مصر: مكتبة الأنجلو المصرية، 1979م)، ص 23.

هذه العملية يمكن أن تتم بطريقة مباشرة أو عن طريق استخدام وسائل للاتصال، تعتمد على الكلمات أو الرموز المكتوبة أو المرئية أو المسموعة أو ما يسمى ب(اللغة)<sup>(1)</sup>.

وعلم الاتصال من العلوم الاجتماعية الحديثة التي تبحث ظاهرة في البشر عن طريق وسائل الاتصال المختلفة<sup>(2)</sup>.

ويعرف الاتصال على أنه:- العملية التي ينقل بمقتضاها الفرد القائم بالاتصال منبهات عادة رمزية لغوية لكي يعدل سلوك الأفراد الآخرين مستقبلي الرسالة<sup>(3)</sup>.

والاتصال هو المشاركة في المعاني؛ أي أن مُصَدِّر الرسالة عندما يقوم بنقل معاني معينة في عملية الاتصال فإنه يعمل على إقامة مشاركة مع طرف آخر في تلك المعاني إذ أن تناقل المعاني يشير إلى اشتراك طرفين أو أكثر في إرسال المعاني واستقبالها بصورة تبادلية<sup>(4)</sup>.

ويعرف الاتصال أيضاً بأنه:- عملية يتم من خلالها نقل وتبادل المعلومات أو الأفكار أو الآراء أو الانطباعات بين طرفين أو أكثر سواء بطريقة مباشرة أو غير مباشرة، باستخدام وسائل اتصالية والاعتماد على الكلمات أو الرموز المكتوبة أو

- 
- 1 . سمير محمد حسين: الاتصال: مفهوم نظرياته عوائقه متطلباته، مجلة الفنون الإذاعية، العدد 9، كانون الأول 1975 م، ص 4.
  - 2 . إبراهيم إمام: الإعلام الإسلامي، المرحلة الشفهية، م. س. ذ ص 23.
  - 3 . يحيى بسيوني مصطفى، عادل الصيرفي: التلفزيون الإسلامي ودوره في التنمية (الرياض- السعودية: عالم الكتب، 1985م)، ص 24.
  - 4 . هادي نعمان الهيتي: الاتصال الجماهيري، عالم المعرفة 412، م. س. ذ ص 9.

المرئية أو المسموعة، وذلك بهدف الإعلام أو الدعاية أو الإقناع أو التأثير العقلي أو العاطفي أو الاحياء بأفكار واتجاهات ومقاصد معينة<sup>(1)</sup>.

يعرف الاتصال لدى بعض علماء الاجتماع على أنه:- ذلك الميكانيزم "التفاعل" الذي من خلاله توجد العلاقات الإنسانية وتنمو وتتطور الرموز العقلية بواسطة وسائل نشر هذه الرموز عبر المكان واستمرارها عبر الزمان<sup>(2)</sup>.

أما في علم النفس فيعرف الاتصال على أنه:- عملية نقل انطباع أو تأثير من منطقة إلى أخرى، أي من فرد إلى آخر، أو من البيئة إلى الفرد، وذلك من خلال عدة أساليب، جوهرها الكلام واستخدام الحواس التي تُشعر الآخرين بالاهتمام<sup>(3)</sup>.

والاتصال أيضاً هو:- عملية ثقافية بحيث أن اللغة هي مجموعة إشارات ومواقف ورموز مرتبة بشكل يعطي لها تفسيرات مشتركة متفق عليها. وأخيراً فإن الاتصال عملية اجتماعية وهو الوسيلة الأساسية التي يستطيع الفرد بواسطتها أن يتفاعل بأشكال لها معنى<sup>(4)</sup>.

- 
1. سمير محمد حسين: الاتصال، مفهوم نظرياته عوائقه متطلباته، مجلة الفنون الإذاعية، العدد 9، كانون الأول 1975 م، ص 4.
  2. د. فضيل دليو: الاتصال مفاهيمه نظرياته وسائله (القاهرة - مصر: دار الفجر، 2003م)، ص 15.
  3. هناء حافظ بدوي: الاتصال بين النظرية والتطبيق، م. س. ذ، ص 16.
  4. دي فلور، م، س، بال روكاخ، نظريات الإعلام، ترجمة ناجي الجوهر (عمان - الأردن: دار الأمل، 1994م)، ص 169-170.

وتشمل عملية الاتصال في مفهومها البسيط ثلاثة عناصر هي <sup>(1)</sup>:

المرسل والرسالة والمستقبل، وفي حالة الاتصال الوسيط أو الاتصال الجماهيري فإن عناصر العملية الاتصالية تتكون من المرسل والرسالة والوسيلة والمستقبلين. وقد وضع (هارولد لاسويل) نموذجاً لسريان الاتصال تمثل بخمسة أسئلة يشكل جواب لكل سؤال منها بعداً أساسياً من أبعاد سريان الاتصال هي <sup>(2)</sup>:

|              |                  |
|--------------|------------------|
| من ؟         | Who              |
| يقول ماذا ؟  | Say what         |
| بأية وسيلة ؟ | In which channel |
| إلى من ؟     | To whom          |
| بأي تأثير ؟  | With what effect |

- 
1. صالح أبو أصبع: الاتصال والإعلام في المجتمعات المعاصرة (عمان - الأردن: دار ارام، 1995م)، ص 13، وأيضاً: الغريب زاهر اقبال بهياني: تكنولوجيا التعليم (القاهرة - مصر: دار الكتاب الحديث، بلا تاريخ)، ص 29.
  2. محمود حسن اسماعيل: مبادئ علم الاتصال ونظريات التأثير، ط1 (القاهرة - مصر: الدار العالمية للنشر والتوزيع 2003م) ص 83. وأيضاً: هناء حافظ بدوي: الاتصال بين النظرية والتطبيق (الاسكندرية - مصر: المكتب الجامعي الحديث 2003 م)، ص 30 - 36.

## المبحث الثاني

### مقومات البرنامج الإسلامي في التلفزيون الأردني

تعريف التلفاز أو التلفزيون اصطلاحاً مُؤَلَّدُ عَرَفَه صاحب المعجم الوسيط بأنه:- جهاز نقل الصور والأصوات بوساطة الأمواج الكهربائية، واجتهد بعضهم في تسميته بـ "الرأي"<sup>(1)</sup>.

وتبرز أهمية التلفاز كما ذكرها محمد أبو الفتح البيانوني في عدة نقاط منها:

اجتماع أهم خصائص الوسائل السمعية والبصرية فيها، مثل:

الامتداد الزماني والمكاني... فلا يقف أمامها بعد أو قرب، ولا سيما بعد اختراع الأقمار الصناعية.

تنوع موضوعاتها التي تبث فيها بحيث تلامس حاجات الناس ورغباتهم المتعددة.

سهولة الاستماع إليها والمشاهدة لها.

شدة جاذبيتها للناس، حيث تركز على حاسة السمع والبصر معاً.

كثرة توفرها ورخص ثمنها حيث تسابقت الشركات العالمية في صناعتها وتصديرها وتقليل ثمنها وكثرة أماكن عرضها وبيعها.

تنوع المشاهدين لها والمتابعين لبرامجها من الكبار والصغار، والرجال والنساء،

والمتقنين وغيرهم؛ مما جعلها من أخطر الوسائل الحديثة انتشاراً<sup>(2)</sup>.

---

1 . ابراهيم أنيس ورفاقه: المعجم الوسيط، مادة "كَلَفَ"، م. س. ذر، ج1، ص186 .

2 . محمد أبو الفتح البيانوني: المدخل إلى علم الدعوة، ط3 ( دمشق - سوريا: مؤسسة الرسالة ناشرون، 2011م) ص318-319.

يرى الباحث أن على الآباء والمربين المحافظة على أبناءهم لما يحيط بالأمة من خطر استخدام الأجهزة بجميع أنواعها من تلفاز وانترنت وخليويات والانضباط بضوابط الشريعة الإسلامية عند استخدامها، مستجيبين لقوله تعالى: ﴿يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا قُوا أَنْفُسَكُمْ وَأَهْلِيكُمْ نَارًا وَقُودُهَا النَّاسُ وَالْحِجَارَةُ عَلَيْهَا مَلَائِكَةٌ غِلَظٌ شِدَادٌ لَا يَعْصُونَ اللَّهَ مَا أَمَرَهُمْ وَيَفْعَلُونَ مَا يُؤْمَرُونَ﴾<sup>(1)</sup>.

### أولاً- تعريف البرنامج التلفزيوني الإسلامي:

قبل الدخول في تعريف البرنامج التلفزيوني الإسلامي لا بد من توضيح ما نعنيه ب(البرنامج التلفزيوني) وذلك من خلال التعرف إلى بعض التعاريف التي وضعها الباحثون للبرنامج الإذاعي والتلفزيوني أو ما يطلق عليه البرنامج الإذاعي بشقيه (المسموع والمرئي).

يعرف فلاح المحنة البرنامج بأنه:- منهاج يصف شيئاً ويعلن عنه وله صيغ وأشكال خارجية هي عبارة عن الشكل والمضمون... وقولنا يبرمج أي يضع برنامجاً ويخطط له. أما مبرمج فتعني ذو برنامج<sup>(2)</sup>.

بينما يعرف نواف عدوان البرامج الإذاعية والتلفزيونية بأنها:- بث مواد ومضامين متنوعة إلى مختلف فئات جماهير المستمعين والمشاهدين وكما تعني أيضاً بث برامج محددة إلى جمهور محدد من قبل إذاعة محددة<sup>(3)</sup>.

1 سورة التحريم، آية 6.

2 . فلاح كاظم المحنة: البرامج الإذاعية والتلفزيونية (الموصل - العراق: دار الكتب للطباعة والنشر، 1988م) ص 128.

3 . نواف عدوان: "بعض المصطلحات الإعلامية دراسة أولية" (مجلة البحوث: المركز العربي لبحوث المستمعين والمشاهدين في اتحاد إذاعات الدول العربية، ع 24، كانون الأول، 1988م) ص 32.

ويشير مصطلح برنامج في الإذاعة والتلفزيون إلى:- شكل فني يشغل مساحة زمنية محددة وله اسم ثابت ويقدم في مواعيد محددة وثابتة يومياً أو أسبوعياً أو كل أسبوعين أو شهرياً، ليعرض مساحة من المواد الفنية والثقافية والعلمية... إلخ مستخدماً في ذلك كل أو بعض الفنون الإذاعية من سرد وتعليق وحوار وندوات ومقابلات...<sup>(1)</sup>.

أما تعريف البرنامج الإذاعي الإسلامي (المُرئي والمسموع) إذ يصف أحد الباحثين البرامج الدينية ويعني بها البرامج التلفزيونية الإسلامية بأنها:- برامج متخصصة داخل الهيكل العام لخطة البرنامج التلفزيوني أو ما يسمى بالدورات التلفزيونية... هدفها البناء بالعقيدة والتسامح بالشرعية والتمسك بكتاب الله وسنة رسوله<sup>(2)</sup>.

ويرى الباحث أن التلفزيون الإسلامي بمنهجه شأنه كغيره من المحطات التلفزيونية الأخرى كتشجيع برامجه كي يلبي حاجات قطاعات متنوعة من الجمهور، ليتم تزويده بالأخبار والمعلومات وبرامج الترفيه والتسلية بحيث لا تتعارض في مضامينها مع ضوابط الشريعة الإسلامية كي تحقق الغرض المطلوب من استهداف الجمهور بقطاعاته المختلفة.

وتذهب الباحثة نوال محمد عمر إلى تعريف البرنامج الديني الإسلامي بأنه:- من التعريف للإنسان بربه على أسس علمية صحيحة وبأساليب متعددة وبأشكال

---

1 . كرم شلبي: معجم المصطلحات الإعلامية (جدة - السعودية: دار الشروق، 1989م) ص 471.  
2 . يحيى بسيوني مصطفى: عادل الصيرفي: التلفزيون الإسلامي ودوره في التنمية، م. س. د، ص 120-124-125.



مختلفة، تنتج عند الإنسان الطاعة لله ولرسوله والغاية من ذلك أن يكون صادق الحكم على القيم الإنسانية<sup>(1)</sup>.

ويرى الباحث بأنه يمكن تعريف البرامج التلفزيونية الإسلامية في التلفزيون الإسلامي الذي يخضع مضامينه لضوابط الشريعة الإسلامية بأنها:- بث مضامين المواد التلفزيونية المتنوعة بأشكال معينة وبأساليب محببة بمواعيد محددة إلى جميع شرائح الجمهور المشاهد.

وهناك مؤلفات عربية عن البرامج الإذاعية المسموعة والمرئية صنفَت البرامج الدينية ضمن البرامج التثقيفية<sup>(2)</sup>.

بينما كانت البرامج الدينية الإسلامية في أغلب المؤسسات الإذاعية المسموعة والمرئية ولا سيما الغربية منها تدرج ضمن البرامج الثقافية<sup>(3)</sup>.

هذا مما دفع الدول لعربية إلى فصل البرامج الدينية عن البرامج التثقيفية وأفردت لها قطاعاً خائفاً بها يشمل على:- قراءات القرآن الكريم وما ينقل من الشعائر الدينية، كشعائر صلاة الجمعة والمواسم الدينية وشعائر الحج بالإضافة إلى الأحاديث والندوات والبرامج المختلفة التي تتناول أحكام الدين بالتقديم والشرح<sup>(4)</sup>.

---

1 . نوال محمد عمر: فن صناعة الخبر في الإذاعة والتلفزيون (القاهرة - مصر: دار الفكر العربي، 1993م) ص 106.

2 . فلاح كاظم المحنة: البرامج الإذاعية والتلفزيونية، م. س. ذ. ص 168.

3 . جهاز تلفزيون الخليج، المعايير الإحصائية الموحدة لتحليل البرامج التلفزيونات الخليجية العربية (الرياض - السعودية: جهاز تلفزيون الخليج العربي، 1983م) ص 19.

4 . جهاز تلفزيون الخليج، م. س. ذ. ص 19.

## الضابط الشرعي في الإسلام:

جاءت مفردة الضابط التي جمعها ضوابط في اللغة العربية من ضبط الشيء ولزومه وحفظه حفظاً بليغاً لكي لا يفلت منه شيء، ومنها القول رجل ضابط: بمعنى رجل قوي وحازم، وتأتي الضوابط أيضاً بمعنى القاعدة التي يحتكم إليها، أو الماسكة التي تمسك الشيء أن ينفلت<sup>(1)</sup>.

والمراد بالضوابط القواعد التي يحتكم إليها من قواعد فقهية تتضمن أحكاماً تشريعية عامة في الحوادث التي تدخل تحت موضوعها فهي تعين على ضبط المسائل المثارة في التشريع الإسلامي ويمكن التعرف من خلالها على الأحكام الجزئية التي تندرج تحت تلك الضوابط، والتي لم ينص عليها صراحةً، أو التي لم يرد على حكمها دليل<sup>(2)</sup>.

والشريعة هنا بمعنى رجوعها وعودتها إلى التشريع الإسلامي، أي الشريعة التي هي في الأصل المكان من المياه والأنهار الذي يرد إليه الناس للإنتفاع بالماء من شرب واغتسال، وأطلقت على الدين لأن الدين تحيا به نفوس العباد وكما يحيى الناس العطشى بالماء<sup>(3)</sup>، ووردت هذه الكلمة في القرآن الكريم في قوله تعالى: (لِكُلِّ

- 
1. جمال الدين بن مكرم الأنصاري: لسان العرب، الجزء السابع (بيروت - لبنان: دار الفكر، بلا تاريخ) مادة ضبط، ص 34. وأيضاً أحمد بن محمد بن علي المقرئ الفيومي: المصباح المنير في غريب الشرع الكبير (بيروت - لبنان: المكتبة العلمية، بلا تاريخ) ص 510. وأيضاً: محمد بن أبي بكر عبد القادر الرازي: مختار الصحاح (الكويت: دار الرسالة، 1983م) ص 376.
  2. محي هلال السرحان: القواعد الفقهية ودورها في إثراء التشريعات الحديثة (بغداد- العراق: جامعة بغداد، 1987م) ص 8.
  3. حسين محمد مخلوف: صفوة البيان لمعاني القرآن، ط3 (القاهرة - مصر: وزارة الأوقاف والشؤون الإسلامية) ص 635.

جَعَلْنَا مِنْكُمْ شِرْعَةً وَمِنْهَاجًا<sup>(1)</sup>، والشرعة هو تشريع من الله تعالى في التحليل والتحرير ليعلم من يطيعه من الناس ممن يعصيه، أن الله سبحانه وتعالى جعل للمسلمين سبيلاً إلى المقاصد الصحيحة، وطريقاً ومسلماً واضحاً بيناً<sup>(2)</sup>.

فالمراد بالضوابط الشرعية، هو الاحتكام إلى دين الإسلام في التحليل والتحرير في الأحكام المتعلقة بجوانب الحياة كافة، مصداقاً لقوله تعالى: ﴿يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا أَطِيعُوا اللَّهَ وَأَطِيعُوا الرَّسُولَ وَأُولِي الْأَمْرِ مِنْكُمْ فَإِنْ تَنَازَعْتُمْ فِي شَيْءٍ فَرُدُّوهُ إِلَى اللَّهِ وَالرَّسُولِ إِنْ كُنْتُمْ تُؤْمِنُونَ بِاللَّهِ وَالْيَوْمِ الْآخِرِ ذَلِكَ خَيْرٌ وَأَحْسَنُ تَأْوِيلًا<sup>(3)</sup>».

فالمراد هنا بالرد إلى الله سبحانه وتعالى، هو الرد إلى القرآن الكريم، وإلى الرسول صلى الله عليه وسلم: هو الرد إلى سنته وهديه صلى الله عليه وسلم. أمر الله في الآية الكريمة، بأن كل شيء تنازع فيه الناس من أصول الدين وفروعه أن يرد التنازع في ذلك إلى كتاب الله وسنة نبيه صلى الله عليه وسلم.

وفي هذا النص القصير بين الله - سبحانه - شرط الإيمان وحد الإسلام، في الوقت الذي بين فيه قاعدة النظام الإسلامي في الجماعة المسلمة، وقاعدة الحكم، ومصدر السلطان... وكلها تبدأ وتنتهي عند التلقي من الله وحده؛ والرجوع إليه فيما لم ينص عليه نصاً، من جزئيات الحياة التي تعرض في حياة الناس على مدى الأجيال؛ مما تختلف فيه العقول والآراء والأفهام... ليكون هنالك الميزان الثابت، الذي ترجع إليه العقول والآراء والأفهام!

1 . سورة المائدة، آية 48.

2 . عماد الدين أبي الفداء اسماعيل بن كثير القرشي الدمشقي: تفسير القرآن العظيم، ج2 (بيروت - لبنان: دار الأندلس، 1966م) ص 587-588.

3 . سورة النساء، آية 59.

والله واجب الطاعة. ومن خصائص ألوهيته أن يسن الشريعة, فشرعيته واجبة التنفيذ. وعلى الذين آمنوا أن يطيعوا الله- ابتداء- وأن يطيعوا الرسول- بما له من هذه الصفة. صفة الرسالة من الله- فطاعته إذن من طاعة الله, الذي أرسله بهذه الشريعة, وببيانها للناس في سنته... وسنته وقضاؤه- على هذا- جزء من الشريعة واجب النفاذ, والإيمان يتعلق- وجوداً وعدمًا- بهذه الطاعة وهذا التنفيذ- بنص القرآن, (إن كنتم تؤمنون بالله واليوم الآخر)<sup>(1)</sup>.

### ثانياً: أنواع البرامج التلفزيونية الإسلامية

تصنف البرامج الإذاعية المرئية والمسموعة بصورة عامة إلى تصنيفات متعددة, فهناك تصنيفات قسمت البرامج إلى أنواع حسب الغرض من البرنامج كأن نقول برامج إخبارية وأخرى تثقيفية وترفيهية وتعليمية ودينية...إلخ. وهناك تصنيفات اعتمدت الشكل الفني للبرنامج فقسمت البرامج إلى: برامج الحوار وبرامج المقابلات وبرامج الحديث. وهناك تصنيفات حسب أوقات عرض البرنامج, كأن نقول برنامج يومي أو أسبوعي أو شهري<sup>(2)</sup>.

---

1 . محمد بن علي بن محمد الشوكاني : فتح القدير, ج1 (بيروت - لبنان: عالم الكتب, بلا تاريخ) ص 481.

وأيضاً محمد الأمين بن محمد المختار الجكني الشنقطي: أضواء البيان في إيضاح القرآن بالقرآن, ج1 (بيروت - لبنان: عالم الكتب, 1383هـ) ص 333.

وأيضاً سيد قطب: في ظلال القرآن, المجلد الثاني, ج5, ط5 (بيروت - لبنان: دار الشروق, 1977م) ص 690-691.

2 . إبراهيم بن مراد: "الاستعمال اللغوي في البرامج الإذاعية والتلفزيونية" (مجلة الإذاعات العربية, اتحاد إذاعات الدول العربية, جامعة الدول العربية, 2000م) ص 43.

وهناك من قسم البرامج التلفزيونية إلى:

البرامج الدرامية.

البرامج الإخبارية.

البرامج الثقافية والتعليمية.

البرامج الترفيهية والمنوعة.

البرامج الجماهيرية.

أما البرامج الإسلامية التي نحن بصدد الحديث عنها فإنها تلزمنا بنوع من التحديد وذلك حسب التصنيف الذي اتفقت عليه الدول العربية للبرامج الإذاعية بشقيها المرئي والمسموع حيث انبثق من واقع المحطات الإذاعية والتلفزيونية في الدول العربية وهذه البرامج هي على النحو الآتي:

تلاوة القرآن الكريم.

برامج الشعائر الدينية وتشمل:

نقل صلاة الجمعة.

مناسك الحج.

برامج المناسبات الدينية.

البرامج الإسلامية الفقهية وتشمل:

برامج الحديث النبوي.

برامج الحوار (المقابلات).

وهذه البرامج سالفه الذكر هي ما اصطلح على تسميتها بالبرامج الدينية في الدول الإسلامية التي لا تخضع جميع مضامينها الإعلامية لضوابط الشريعة الإسلامية. وبما أنه لا يوجد اتفاق بين الباحثين على تقسيم واحد للبرامج التلفزيونية، لذا فإن أشكال البرامج التلفزيونية قد تتداخل فيما بينها، فالبرامج الثقافية قد تتداخل مع برامج أخرى، كما أن البرامج الجماهيرية يمكن أن تتداخل مع أنواع أخرى من البرامج الإخبارية وبرامج المنوعات<sup>(1)</sup>.

ويرى الباحث بأن جهاز التلفزيون الإسلامي له دور كبير في تلبية حاجات مختلف فئات الجماهير ورغباتهم، من خلال تقديمه برامج متنوعة قد تتداخل مع برامج أخرى، تميزها أن مضامينها لا تتعارض مع الشريعة الإسلامية.

**ومن أمثلة تلك البرامج:**

**برامج المسابقات:**

ففي التلفزيون الإسلامي يمكن الاستفادة من أمثال هذه البرامج بأن تكون مضامينها إسلامية، فمثلاً يمكن إجراء مسابقات في الحفظ والتفسير للقرآن الكريم، وأحكام التلاوة وحفظ الحديث ومعلومات إسلامية<sup>(2)</sup>.

---

1 . ماجي الحلواني ، محمد مهني: مقدمة في الفنون والإذاعة والسمع بصرية، (القاهرة- مصر: جامعة القاهرة، 1999م)، ص 156- 166.

2 . إبراهيم امام: نحو بلاغة تلفزيونية في البرامج الدينية، م. س. ذر ص 15.

ومن الجدير بالذكر أن إذاعة وتلفزيون الكيان الصهيوني قد عرضتا مثل هذه البرامج إلى المسلمين الموجودين في الأرض المحتلة، بالنظر للأهمية التي تحظى بها أمثال هذه البرامج من خلال خلق الصلة مع جمهور المشاهدين<sup>(1)</sup>.

### برامج المقابلات مع الجمهور:

يتوقف هذا النوع من البرامج على شخصية مقدم البرنامج ولباقتة، وعلى فطنة المعداد في اختيار موضوع المناقشة الذي يجب أن يحظى باهتمام الجمهور ومن ثم تأتي طريقة عرض فقرات البرنامج فنياً<sup>(2)</sup>.

### برامج قالب الفيلم ومقدم البرنامج:

يتميز هذا النوع من البرامج بأنه يلبي رغبات شريحة واسعة من الجمهور، بالنظر لتنوع المادة المعروضة<sup>(3)</sup>.

ويمكن من خلال هذا البرنامج عرض الآثار التي خلفتها الحضارة الإسلامية في مختلف بقاع العالم، كما ويمكن الحديث عن سيرة إحدى الشخصيات الإسلامية أو بإظهار قدرة الله سبحانه وتعالى على التحكم بالبيئة، وكيف خلق مختلف المخلوقات ومراحل تكوين الجنين وطريقة عيش كل مخلوق ووظائفه الحياتية، وذلك بأسلوب شيق جذاب من خلال تكامل مفردات البرنامج إعداداً وإخراجاً وإلقاءً<sup>(4)</sup>.

- 
1. نواف عدوان: "معالجة المناسبات الدينية في إذاعة وتلفزيون الكيان الصهيوني" (مجلة البحوث، المركز العربي للبحوث، اتحاد إذاعات الدول العربية، ع 19، أيار، 1987م) ص 77.
  2. فلاح كاظم المحنة: البرامج الإذاعية والتلفزيونية، م. س. ذ، ص 171.
  3. فلاح كاظم المحنة: المرجع السابق، ص 172.
  4. إبراهيم إمام: نحو بلاغة تلفزيونية في البرامج الدينية، م. س. ذ، ص 16-19.

## برامج المجلة التلفزيونية:

يقوم هذا النوع من البرامج على التنوع في عرض الموضوعات والاختصار مما يجعله يلبي مختلف الرغبات والأذواق لجمهوره الواسع.

وقد أخذ التلفزيون هذا النوع من البرامج من المجلات الصحفية<sup>(1)</sup>.

وفي التلفزيون الإسلامي يجب أن تخضع هذه المضامين لضوابط الشريعة الإسلامية.

## 5- برامج المحكمة التلفزيونية:

كما يقول كرم شلبي يسلط هذا النوع من البرامج اهتمام على المشكلات التي تعترض حياة الناس ويحاول عرضها من خلال التلفزيون، وتسمى أيضاً ببرامج المناقشات<sup>(2)</sup>.

وكما يقول فلاح كاظم المحنة وتقوم هذه البرامج بإشراك أطراف المشكلات وجهاً لوجه، كمشكلة النقل والمواصلات ومشكلة الروتين والمشاكل التي يتعرض لها الناس مع دائرة من دوائر الدولة<sup>(3)</sup>.

و ابراهيم إمام له رأي جيد في الموضوع وفي التلفزيون الإسلامي تكون هذه البرامج ناجحة إذا ما عرضت بطريقة درامية مصحوبة بأراء كبار العلماء ورجال الفكر ثم تختتم بالحل الإسلامي الصحيح من خلال أحد العلماء المسلمين، مع مراعاة التشويق والواقعية والتسلسل الدرامي للأحداث<sup>(4)</sup>.

---

1 . فلاح كاظم المحنة: البرامج الإذاعية والتلفزيونية، م. س. ذ، ص173.

2 . كرم شلبي: معجم المصطلحات الإعلامية، م. س. ذ، ص37.

3 . فلاح كاظم المحنة: البرامج الإذاعية التلفزيونية، م. س. ذ، ص173.

4. ابراهيم إمام: نحو بلاغة تلفزيونية في البرامج الدينية، م. س. ذ، ص14-15.



ويرى الباحث بإمكانية علاج ما يطرح من مخالفات وتجاوزات بالعقاب والشواب ووضع حوافز ومزايا للمتميزين، ومعاقبة المخالفين وفق ما جاء في القرآن الكريم والسنة النبوية.

### ثالثاً: مواصفات البرنامج التلفزيوني الإسلامي:

لقد اتفق الباحثون على وضع مجموعة من الشروط أو المقومات للبرنامج الإسلامي الناجح في التلفزيون وعلى النحو الآتي:

يجب أن تتوفر لمعد البرنامج الإسلامي في التلفزيون معلومات كافية عن رغبات الجمهور واتجاهاته وحاجاته والأوقات المناسبة لكل فئة من فئاته قبل المباشرة بإعداد البرنامج<sup>(1)</sup>.

2- أن تكون لكل فئة عمرية من الجمهور برامجها الخاصة بها، فالبرامج المعدة للأطفال دون سن السادسة هي غير تلك البرامج المعدة للأولاد بين السادسة والثانية عشرة، وكذلك الحال فيما يخص المراهقين والشباب حتى سن الثامنة عشرة، كما أن هنالك برامج للكبار وبرامج خاصة بالنساء<sup>(2)</sup>.

3- استنباط مضامين البرامج الإسلامية من الآيات القرآنية والسنة النبوية ومحاولة الربط بين الإعجاز العلمي في القرآن الكريم وآخر النظريات العلمية التي تتفق مع تلك الآيات وعروضها بصورة مشوقة ترسخ في النفوس وتزيد في طمأنينة القلوب<sup>(3)</sup>.

---

1. المرجع السابق، ص 12-13.

2. المرجع السابق، ص 4-5.

3. المرجع السابق، ص 5-7.

4- أن تكون البرامج الإسلامية متنوعة لا تقتصر على المسائل الفقهية والعبادات، بل تمتد لتشمل كل نواحي الحياة، فهي كما تدعو لترسيخ القيم الإسلامية وتعزيز الإيمان في نفوس مشاهديها، فإنها تدعو للعلم والعمل وتنمي روح الفكر والتطور وتتناول مختلف القضايا المعاصرة<sup>(1)</sup>.

5- أن تبعد البرامج الإسلامية عن كل ما يتعارض مع الإسلام وتسعى إلى ترسيخ القيم الأصيلة في المجتمع بأن تستوحي مضمون برامجها من التراث الإسلامي فهناك من المؤلفات التي تملأ المكتبة الإسلامية والتي ترسخ القيم العربية الإسلامية الأصيلة وتقف بوجه القيم الغربية التي تفد عبر الإذاعات والقنوات الفضائية الوافدة، وبذلك نحافظ على تراثنا من الضياع، وتخلق أجيالاً ترتبط بتاريخ أمتها بدلاً من الضياع الذي تتخبط فيه<sup>(2)</sup>.

6- أن تعد وتصاغ البرامج الإسلامية بشكل حي يتناسب وطبيعة جهاز الإذاعة المرئية\*. بأساليب جذابة وطريقة عصرية شيقة تناسب جميع الأذواق وتواكب آخر الابتكارات الفنية في هذا الجهاز.

---

1 . المرجع السابق، ص 8-9.

2 . المرجع السابق، ص 4-5.

فمثلاً تعرض المشكلات الاجتماعية بطريقة درامية مشوقة يعقبها الحل الإسلامي الذي يأتي من كبار العلماء ورجال الفكر الإسلامي والاستعانة بالأفلام والمؤثرات الصوتية والصورية ومحاولة إشراك الجمهور مشاركة حية وفاعلة في هذه البرامج<sup>(1)</sup>.

7- أن يشترك في إعداد البرنامج الإسلامي فريق متكامل يشارك فيه علماء مختصون في مختلف المجالات كمختص في علم الإتصال وآخر في علم النفس وثالث في علم الاجتماع، والفقهاء الذي يخضع تلك المواد إلى ما يوافق الشريعة الإسلامية، والمعد الذي يوازن بين متطلبات عرض البرنامج بالاتفاق مع الفريق الفني الذي يجب أن يحول تلك المعاني المجردة إلى لغة بصرية مشوقة وجذابة<sup>(2)</sup>.

أن يجري الإعلان والترويج للبرامج الإسلامية والإعلان عن مواعيدها في جميع وسائل الإعلام للمحافظة على جمهورها وإعلامه أو تذكيره بمواعيدها ومواضيع كل حلقة ليتسنى لهم المشاركة أو المتابعة لكل برنامج في وقته<sup>(3)</sup>.

على البرامج الإسلامية أن تبتعد عن أسلوب المخاطبة الشفهية نقلاً عن أسلوب الاتصال الشفهي المتبع قديماً (الخطابة) وأن تعد وتقدم البرامج الإسلامية بلغة

---

\* يتكون البرنامج التلفزيوني من الصورة الصوتية والصورة المرئية، وتعتمد الصورة المرئية على أدوات إنتاج البرنامج التلفزيوني، كالأستوديو والكاميرات التلفزيونية، والإضاءة، والديكور، والملابس والإكسسوارات، والماكياج، والمؤثرات التلفزيونية، والخطوط والعناوين والصور الثابتة، والتشكيل الفني للصورة التلفزيونية. (ماجي الحلواني، محمد مهني: م. س. ذ، ص 187-204). وأيضاً (يحيى بسيوني مصطفى، عادل الصيرفي: التلفزيون الإسلامي ودوره في التنمية، م. س. ذ، ص 120، 121، 154).

1. المرجع السابق، ص 9، 14، 15، 19.

2. المرجع السابق، ص 11، 20.

وأيضاً، فلاح كاظم المحنة: البرامج الإذاعية والتلفزيونية، م. س. ذ، ص 134.

3. المرجع السابق، ص 14.

إذاعية سهلة تقترب من لغة الحياة اليومية، من دون انحطاط أو ابتذال بل تكون لغة ترفع ذوق ومستوى المشاهد وتكسب وده، إنها لغة الصديق للصديق<sup>(1)</sup>.

استقطاب النقاد والمختصين في البرامج التلفزيونية لتوجه النقد البناء إلى تلك البرامج ليتسنى لفريق العمل في البرنامج تعديل برامجهم وتقويمها على أساس ذلك النقد<sup>(2)</sup>.

الاختصار في الوقت من دون شحة في العطاء وذلك من خلال الإعداد والصياغة لتلك البرامج لتتأى عن الإطالة المملة في وقت أصبح المشاهد يحسب وقته، وفي ظل منافسة مستمرة من برامج وإذاعات وقنوات أخرى.

وفضلاً عن ذلك فهناك شروط وضعها الباحثون لا بد أن تتوافر في مذيع ومقدم البرامج الإسلامية وهي:

الإيمان بالله ورسوله والالتزام بالإسلام قولاً وعملاً. وأن يكون قدوة حسنة للآخرين متأسياً في ذلك كله بشخص الرسول الكريم محمد صلى الله عليه وسلم: ﴿لَقَدْ كَانَ لَكُمْ فِي رَسُولِ اللَّهِ أُسْوَةٌ حَسَنَةٌ لِّمَن كَانَ يَرْجُو اللَّهَ وَالْيَوْمَ الْآخِرَ وَذَكَرَ اللَّهَ كَثِيرًا﴾<sup>(3)</sup>.

---

1 . سؤدد القادري: الفنون الإذاعية والتلفزيونية (الموصل - العراق: دار الحكمة للطباعة والنشر، 1990) ص 95، 98، 183.  
2 . المرجع السابق، ص 14 .  
3 . سورة الأحزاب، آية 21.

سعة الإطلاع، فمقدم البرامج الإسلامية يجب أن يكون ذا اطلاع واسع في مختلف العلوم وأن يكون ذا ثقة واسعة تمكنه من مجاراة كل ما يطرأ في برنامجه وأن يكون ملماً بعبادات وتقاليد المجتمع الذي يقدم فيه برنامجه.

أن يكون متفهماً في أمور دينه يحفظ من آي الذكر الحكيم والحديث الشريف وملماً بعلم التفسير وعلم الحديث والحدود في الإسلام وكل ماله علاقة بالفقه الإسلامي أي محيطاً بعلوم الشريعة الإسلامية.

الخيال الواسع والقدرة على التركيز والخبرة الواسعة في العمل في التلفزيون ليتمكن من تجاوز المضاعفات التي قد تطرأ في أثناء بث البرنامج أو لمعالجة الأحداث الفورية التي قد تدخل ضمن البرنامج كما يساعد التركيز في لم أطراف الحديث وفقرات البرنامج من دون تشتت يقلل من قيمة البرنامج.

النطق السليم والصوت الهادئ المقبول إذاعياً والشكل المحبب إلى الجمهور والتمكن من لغة الإذاعة، فكل هذه الأمور تخلق صلة بين الجمهور ومقدم البرنامج مما يسهم في نجاح ذلك البرنامج.

أن يكون ملماً بفنون الدعوة الإسلامية وأساليبها.

## المبحث الثالث

### الضوابط الشرعية في استخدام شبكة المعلومات العالمية

#### مقدمة:

يرى الباحث بأن العالم العربي والإسلامي على وجه الخصوص يعاني من قصور في استخدام الوسائل المستحدثة وبعيدة كل البعد عن مواكبة الحضارة والتكنولوجيا بكافة وسائلها، وخاصة ما يتعلق بعلم الاتصال. فلا غرابة في هذا القصور لتملك الدولة في الأردن على كافة ما يتعلق بالإعلام والاتصال والشبكة العنكبوتية فهم كحارس البوابة يعطي من المعلومات ما يشاء وإن كان لا يرغب فيها الجمهور ويخفي القدر الكبير من المعلومات الحديثة في شتى المجالات عن الجمهور مع أنه بحاجة ماسة لها. فالسيطرة على الشبكة العنكبوتية من قبل الحكومة تجعل إعلامنا ضعيفاً وحصولنا على المعلومة أضعف واستخدام عقولنا في التفكير والتطور والتقدم يكاد يكون شبه معدوم، و لربما موقف بعض الإسلاميين من هذه الشبكة بظنهم أن ما يقدم فيها هي أمور لا تحث إلى الدين والعقيدة بشيء فهناك تحفظ من شريحة كبيرة على استخدامه حتى لا يدخل في متناقضات تجعل من الإنسان سخرة للآخرين وكأن استخدام هذه الشبكة في نظرهم محرم شرعاً، ولكن الإسلام بأحكامه الفقهية القولية والعملية لا يحرم شيئاً من الأجهزة قديماً أو حديثاً، فأصل الأشياء الإباحة ما لم يرد دليل على تحريمه، ولكنه جعل لاستخدامها ضوابط حتى لا تفلت الأمور وتخرج عن مضامينها الشرعية والتي تجعل لها قيمة علمية يرجع إليها الجمهور في كثير من المسائل سواء كانت مقروءة أو مرئية أو مسموعة، أو مخاطبة مع العلماء والدعاة

والمفكرين في حل كثير من المشاكل التي تعترض طريق الجمهور سواء كان طالباً للعلم أو باحثاً أو عاملاً أو مسؤولاً، فأَي وسيلة نص الشارع على مشروعيتها أو أمر بها أو أذن باستخدامها فهي وسيلة مشروعة بحسب درجة مشروعيتها من وجوب أو ندب أو إباحة<sup>(1)</sup>.

#### أولاً: الضوابط الشرعية العامة في استخدام الإنترنت

**صدق النية ونقاؤها:** أهم ما يميز الأفعال هو انعقاد النية والتي موضعها القلب على إتيانها، وفي ذلك ما ورد في صحيح البخاري بقول الرسول صلى الله عليه وسلم: (إنما الأعمال بالنيات وإنما لكل امرئ ما نوى...) <sup>(2)</sup>.

ووضع الفقهاء قاعدة فقهية مستنبطة من هذا الحديث مفادها أن الأمور بمقاصدها، فإذا كان مستخدم شبكة الإنترنت نوى بفعله أمراً محرماً كان استخدامه لشبكة الإنترنت محرماً، وإذا كانت نيته في الاستخدام لأمر مباح جاز فعله وكان مباحاً<sup>(3)</sup>.

ويقول عبد الكريم زيدان و الفعل يتكيف حكمه في أحكام الدنيا بناءً على قصد صاحبه<sup>(4)</sup>.

- 
- 1 . محمد أبو الفتح البيانوني: بصائر دعوية (القاهرة - مصر: دار السلام، 2002م) ص 86.
  - 2 . محمد ناصر الدين: مختصر صحيح بخاري، كتاب بدأ الوحي، ط 1 (بيروت-لبنان: المكتب الإسلامي للنشر) ص 3.
  - 3 . جلال الدين عبد الرحمن السيوطي: الأشباه والنظائر في قواعد وفروع فقه الشافعية "الأمور بمقاصدها" (بيروت - لبنان: دار الكتب العلمية، 1983م) ص 8-50.
  - وأيضاً: تاج الدين عبد الوهاب بن علي ابن عبد الكافي السبكي: الأشباه والنظائر، تحقيق: عادل أحمد وعلي محمد ج 1 (بيروت - لبنان: دار الكتب العلمية، 1991م) ص 54-59.
  - 4 . عبد الكريم زيدان: الوجيز في شرح القواعد الفقهية (دمشق - سوريا: مؤسسة الرسالة ناشرون، 2009م) ص 16.

فكل مسلم ومسلمة وجب عليه عند استخدام شبكة الإنترنت أن ينتفع بما فيها من معلومات على مستوى الدعوة إلى الله أو التعريف بالإسلام دعوياً وإعلامياً، أو التواصل مع الآخرين، للحصول على الفائدة المرجوة التي لا تتعارض مع شرع الله تعالى.

الالتزام بالآداب والتي دعا إليها الإسلام: ضمن ضوابط الأخلاق والآداب، كعدم الدخول إلى المواقع المشبوهة كمواقع المجنون والفسق والفجور، والابتعاد عن التحدث بأعراض الناس أو قذفهم، يقول الله تعالى: ﴿قُلْ إِنَّمَا حَرَّمَ رَبِّيَ الْفَوَاحِشَ مَا ظَهَرَ مِنْهَا وَمَا بَطَنَ وَالْإِثْمَ وَالْبَغْيَ بِغَيْرِ الْحَقِّ وَأَنْ تُشْرِكُوا بِاللَّهِ مَا لَمْ يُنَزِّلْ بِهِ سُلْطَانًا وَأَنْ تَقُولُوا عَلَى اللَّهِ مَا لَا تَعْلَمُونَ﴾<sup>(1)</sup>.

وأن لا يتلفظ إلا بالطيب عملاً بحديث المصطفى محمد صلى الله عليه وسلم: (الكلمة الطيبة صدقة)<sup>(2)</sup>.

أداء الفرائض في أوقاتها: كالصلاة مثلاً، يقول الله تعالى: ﴿حَافِظُوا عَلَى الصَّلَوَاتِ وَالصَّلَاةِ الْوُسْطَى وَقُومُوا لِلَّهِ قَانِتِينَ﴾<sup>(3)</sup>.

وذهب بعض علماء المسلمين إلى أن من يسمع النداء ولم يقم إلى الصلاة فقد تكبر على الله ووقع عليه غضبه وعذابه<sup>(4)</sup>.

---

1 . سورة الأعراف، آية 33.

2 . محمد بن اسماعيل البخاري: صحيح البخاري، ط2، م. س. ذ، باب الإصلاح بين الناس، رقم الحديث، 6023 ، ص 1501.

3 . سورة البقرة، آية 238.

4 . عبد القادر الجيلاني: الفتح الرباني والفيض الرحماني (بيروت - لبنان: دار العلوم الحديثة، بلا تاريخ) ص144.



لذا وجب على مستخدم شبكة الإنترنت أن لا ينشغل عن طاعة الله وعبادة الله وأداء الفرائض في أوقاتها المحددة أثناء استخدامه للشبكة، عملاً بقوله تعالى: ﴿رَجُلًا لَا تُلْهِهِمْ تِجَارَةٌ وَلَا بَيْعٌ عَنْ ذِكْرِ اللَّهِ وَإِقَامِ الصَّلَاةِ﴾<sup>(1)</sup>.

الأمر بالمعروف والنهي عن المنكر: واجب على جميع المسلمين كل حسب موقعه فمستخدم شبكة الإنترنت عليه واجب إنكار المنكر الذي يعرض عبر الشبكة ويحذر منه، وأن يأمر بالمعروف بالوسائل والطرق التي بينها نبي الهدى محمد صلى الله عليه وسلم بقوله: (من رأى منكم منكراً فليغيره بيده، فإن لم يستطع فبلسانه، فإن لم يستطع فقلبه وذلك أضعف الإيمان) "رواه مسلم"<sup>(2)</sup>.

العمل وفق القاعدة لا ضرر ولا ضرار: بما ورد عن رسول الله صلى الله عليه وسلم (لا ضرر ولا ضرار)<sup>(3)</sup>.

فوفق هذه القاعدة على مستخدم شبكة الإنترنت أن لا يوقع الضرر بالآخرين، ولا مقابلة الضرر بمثله.

درء المفاسد أولى من جلب المصالح: يجب على مستخدم شبكة الإنترنت أن لا يترتب عليه مفسدة يكون ضررها أبلغ من المصلحة المتحققة من ذلك الاستخدام<sup>(4)</sup>.

---

1 . سورة النور، آية 37.

2 . الإمام أبي الحسين مسلم بن الحجاج بن مسلم القشيري النيسابوري، الجامع الصحيح صحيح مسلم، م 1، ج 1، كتاب الإيمان، باب كون النهي عن المنكر من الإيمان وأن الأمر بالمعروف والنهي عن المنكر واجب (الرياض-السعودية: رئاسة البحوث العلمية والإفتاء... بدون طباعة) ص 50.

3 . مالك بن أنس أبو عبد الله الأصطحي: الموطأ، تحقيق: محمد فؤاد عبد الباقي (القاهرة - مصر: دار إحياء التراث العربي، بلا تاريخ) 745/2.

4 . محي هلال السرحان: القواعد الفقهية ودورها في إثراء التشريعات الحديثة، م. س. ذ، ص 14، وذهب إلى ذلك العز بن عبد السلام وهو أحد الفقهاء المسلمين، إلى أن الفقه كله يرد إلى قاعدة واحدة هي: اعتبار المصالح ودرء المفاسد.

وذهب بعض علماء المسلمين إلى أن المصلحة والمفسدة إذا تقابلا في أمر فلا بد أن تكون الغلبة لأحدهما، فيصير الحكم للغالب<sup>(1)</sup>.

فعلى مستخدم شبكة الإنترنت أن لا يتحدث بمعلومة إلا بعد أن يتحقق من صحتها وأنها تصلح أن تنشر، وأنها لا تضر بالإسلام والمسلمين.

عدم سب الآخرين: المسلم حريص على ألفاظه وأفعاله وتعامله مع الآخرين فلا يغضب لأتفه الأسباب وخاصة عند استخدامه لشبكة الإنترنت، فيسب الآخرين من المسلمين أو غيرهم، فقد نهى الله سبحانه عن الشتم بقوله: (لَا يُحِبُّ اللَّهُ الْجَهْرَ بِالسُّوءِ مِنَ الْقَوْلِ إِلَّا مَنْ ظَلَمَ وَكَانَ اللَّهُ سَمِيعاً عَلِيماً)<sup>(2)</sup>، وكذلك نهى نبينا محمد صلى الله عليه وسلم عن السباب والشتم من حديث عبد الله بن عمرو بن العاص أن رسول الله صلى الله عليه وسلم قال:- (من الكبائر شتم الرجل والديه قالوا: يا رسول الله، وهل يشتم الرجل والديه؟ قال: نعم، يسب أبا الرجل فيسب أباه، ويسب أمه فيسب أمه)<sup>(3)</sup>.

مجاهدة المشركين: على المسلم المستخدم لشبكة الإنترنت أن يبذل قصارى جهده في الدفاع عن الإسلام والمسلمين ومجابهة المشركين أعداء الله وخاصة من يسيء إلى هذا الدين الإسلامي، أو بنبيه محمد صلى الله عليه وسلم بشتى الوسائل وأن يبذل المال

---

1. أبي عبد الله شمس الدين محمد بن أبي بكر الشهر بآبن قيم الجوزية: مفتاح دار السعادة ومنتشور ولاية العلم والإرادة، ط 3 (الإسكندرية - مصر: مكتبة حميدو، 1979م) ص 343.

2. سورة النساء، آية 148.

3. الإمام مسلم، مرجع سبق ذكره، كتاب الإيمان، باب بيان الكبائر وأكبرها، م 1، ج 1، ص 64-65.

من أجل ذلك، لقوله تعالى: ﴿يَا أَيُّهَا النَّبِيُّ جَاهِدِ الْكُفَّارَ وَالْمُنَافِقِينَ وَاغْلُظْ عَلَيْهِمْ وَمَأْوَاهُمْ جَهَنَّمُ وَيُشَسِّمُ الْمَصِيرُ﴾<sup>(1)</sup>.

وكلمة الجهاد التي وردت في القرآن الكريم تفسر على ثلاثة وجوه: منها جهاد الكفار والمنافقين بالقول<sup>(2)</sup>.

التحقق من مصداقية المعلومة التي ترد قبل إشاعتها وتناقلها: على المسلم المستخدم لشبكة الإنترنت أن يتأكد من صحة المعلومة التي يجهل مصدرها قبل إشاعتها عملاً بقوله تعالى: (يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا إِنْ جَاءَكُمْ فَاسِقٌ بِنَبَأٍ فَتَبَيَّنُوا أَنْ تُصِيبُوا قَوْمًا بِجَهَالَةٍ فَتُصْحَبُوا عَلَىٰ مَا فَعَلْتُمْ نَادِمِينَ)<sup>(3)</sup>.

الالتزام بمناهج الدعوة: فهي خير وسيلة للداعي إلى الله على بصيرة أن يقوم بأمر الدعوة إلى الله من خلال شبكة الإنترنت لأنها شبكة عالمية لها الكثير من الجمهور المستخدم بأسلوب مفهوم واضح بعيداً عن التعقيد أو التنطع بكل يسر وسهولة مبشراً لا منفرراً، داعياً إلى الله بالحكمة والموعظة الحسنة امتثالاً لقوله تعالى: ﴿ادْعُ إِلَى سَبِيلِ رَبِّكَ بِالْحُكْمَةِ وَالْمَوْعِظَةِ الْحَسَنَةِ وَجَادِلْهُمْ بِالَّتِي هِيَ أَحْسَنُ إِنَّ رَبَّكَ هُوَ أَعْلَمُ مِمَّنْ ضَلَّ عَنْ سَبِيلِهِ وَهُوَ أَعْلَمُ بِالْمُهْتَدِينَ﴾<sup>(4)</sup>.

---

1 . سورة التوبة، آية 73.

2 . هارون بن موسى: الوجوه والنظائر في القرآن الكريم، تحقيق: حاتم صالح الضامن (بغداد - العراق: دار الآثار والتراث، 1988م) ص 319.

3 . سورة الحجرات، آية 6.

4 . سورة النحل، آية 125.

وأن يستخدم جانب اللين في دعوته ويتعد عن الغلظة ممثلاً لقوله تعالى في أمره موسى وهارون عليهما السلام: ﴿اٰذْهَبَا إِلَىٰ فِرْعَوْنَ إِنَّهُ طَغَىٰ﴾ (43) فَقُولَا لَهُ قَوْلًا لَّيِّنًا لَّعَلَّهُ يَتَذَكَّرُ أَوْ يَخْشَىٰ (44)﴾<sup>(1)</sup>.

ويرى الباحث من خلال ذلك أن هناك شروطاً للدعاية للعمل بالدعوة إلى الله ذكرها في فصول أخرى من هذا البحث.

أن يكون مع المرأة محرم: وهذا ما دعا إليه الرسول صلى الله عليه وسلم، وللعلماء فتاوى حيال استخدام المرأة لشبكة الإنترنت، الشبكة العالمية، مثل استخدام المحادثة، وأن يكون ذلك الاستخدام مبنياً على الضرورة<sup>(2)</sup>.

فالإنترنت من الوسائل التكنولوجية المعاصرة، وهي أهمها وأخطرها، وهي وسيلة علمية فنية تكون من خلال جهاز الكمبيوتر، وانتشرت أكثر من أي وسيلة، وأصبح الشباب والشابات والكبار يعيشون معها ومع مفاهيمها وحضارتها، وهي أخطر من التلفاز، إلا أن المسلم يستطيع أن يستغلها كوسيلة دعوية، وذلك من خلال مخاطبة جميع المشتركين ببعث رسائل لهم، فينقل إليهم من خلال موقعه كل أمور الإسلام بطريقة سهلة ويسيرة لا يتعرض فيها إلى حرج أو ضيق من خلال الحكومات العلمانية<sup>(3)</sup>.

---

1 . سورة طه، آية 43-44.

2 . عادل المطيرات: حكم الدردشة إذا كانت نصية، شبكة المعلومات العالمية (الإنترنت)، الرابط: (<http://ftawa.ws>).

وأيضاً، أحمد الصبي الكردى: حديث الجنسين على الإنترنت، شبكة المعلومات العالمية (الإنترنت)، الرابط: (<http://www.islamic-fatwa.com>).

3 . كامل الشريف، جمعة حماد، نصح المجالي، إبراهيم زيد الكيلاني، مؤتمر الوعظ والإرشاد السنوي الأول، 1982 م، ص 108-109.

والإنترنت شبكة تضم مجموعة عالية من مصادر المعلومات وهي ضخمة لدرجة أن أحداً لا يستطيع استيعابها بمفرده، يعد أول ظهور لها في السبعينات حيث بدأت بشبكة أنشأتها وزارة الدفاع الأمريكية واسمها أربانت<sup>(1)</sup>.

#### فوائد الإنترنت:<sup>(2)</sup>

وفرة المعلومات في شتى حقول العلم والمعرفة وقراءة كل ما ينشر في المجلات والصحف الصادرة في مختلف أنحاء العالم.

توظيف العلم والمعرفة لصالح الإبداع والتقدم العلمي وتنمية القدرات العقلية. القدرة على التعامل مع الكم الهائل من المعلومات بشكل علمي قائم على الاستنباط والاستنتاج والتحليل.

قراءة مختلف أنواع الكتب الإلكترونية وزيادة مواقع المكتبات والتعرف على البلدان والمدن، والشخصيات والإعلام.

الاستمتاع بالهوايات والترويح عن النفس.

تحميل البرامج وتحديثها بأقل تكلفة بالإضافة إلى الخدمات الواسعة في شتى مجالات الحياة العلمية والأدبية والإلكترونية.

---

1. زينب محمد عبد المنعم، د.رشا محمود سامي: تخطيط البرامج الإعلامية للطفل، ط1، (القاهرة - مصر: عالم الكتب، 2012م)، ص114.

2. زينب محمد عبد المنعم و رشا محمود سامي: المرجع السابق ، ص 114.

أصبحت الحكومة تدير الكثير من أعمالها عن طريق الإنترنت وربط كافة المؤسسات الحكومية والوزارات والقطاع العام بأجهزة الكمبيوتر والإنترنت. وهذا ما يطلق عليه الآن في عصرنا هذا الحكومة الإلكترونية.

ويقول محمد عبد الحميد عن فوائد ومزايا الإنترنت والوسائل الجديدة:- لا خلاف بين مستخدمي الإنترنت والوسائل الجديدة في أنها قفرت في مجال المعلومات والمعرفة والخدمات والتواصل الاجتماعي بخطوات سريعة وبعيدة وبصفة خاصة وسائل التواصل الاجتماعي من أدوار في كسر القيود على حرية التعبير والتواصل ونشر أفكار التطوير والتغيير بين الأفراد وبين الشعوب المختلفة والتوسع في مصادر المعلومات والمعرفة المتاحة على الشبكة وسبل الوصول إليها لحظياً وبسهولة من خلال محركات البحث والمواقع الإعلامية والمواقع التعليمية والترفيهية، بجانب المواقع التجارية والإعلانية والمواقع المتخصصة في المعرفة والمهارات المختلفة التي تلبي حاجات متعددة للمستخدمين والزائرين للمواقع المتاحة على هذه الشبكة. ويتيح لهم نفس الاستفادة بالتخزين والتحميل واستعادتها مرات أخرى<sup>(1)</sup>.

#### مضار الإنترنت:<sup>(2)</sup>

وكما يقول محمد عبد الحميد بأن الدراسات والبحوث التي اهتمت بسلبات استخدام الكمبيوتر وشبكة الإنترنت منها:

- 
- 1 . محمد عبد الحميد: التربية الإعلامية والوعي بالأداء الإعلامي، ط1 (القاهرة - مصر: عالم الكتب، 2012م) ص 30- 31.
  - 2 . زينب محمد عبد المنعم و رشا محمود سامي: تخطيط البرامج الإعلامية للطفل، م. س. د، ص 116- 117.

المواقع الإباحية الموجودة على الشبكة, حيث الأفلام الخليعة, والصور العارية وهذا ما يشكل أكبر خطر على أخلاقيات الشباب والمراهقين من الجنسين على حد سواء. ترويج الأفكار الضالة والمضللة وهو ما يؤدي إلى انحرافات فكرية لدى الشباب ممن لا يملكون فكراً خلافاً وثقافة محصنة, أو يفقدون الرؤية الفلسفية للدين والحياة. عدم استغلال أمثل للإنترنت حيث يتم الجلوس بالساعات على برنامج المحادثات بدون فائدة حيث... ضياع الوقت والجهد والانشغال عن القيام بالأعمال الضرورية, أو القيام بالمسؤوليات.

انتشار الفيروسات التي تخرب البرامج الموجودة بالجهاز وقلة الأمان والسرية. وكما يقول عبد الحميد عن مخاطر وأضرار الإنترنت الناتجة عن الاستخدامات السلبية لشبكة الإنترنت والمواقع المتاحة عليها, حيث لا قيود أو ضوابط للنشر والإتاحة في شتى المجالات والموضوعات وخاصة ما يتعلق فيها بالتربية والتنشئة الاجتماعية للصغار والانحراف بها عن ما يتفق مع المعايير والضوابط الاجتماعية والتقاليد والأعراف والشرائع والعقائد التي تتفق عليها وتؤمن بها الشعوب والجماعات وهو ما يظهر في التأثيرات السلبية لاستخدام هذه الشبكة والمواقع المتاحة عليها<sup>(1)</sup>

---

1 . محمد عبد الحميد: التربية الإعلامية والوعي بالأداء الإعلامي، م. س. ذ ص 31.

وهناك تأثيرات سلبية لاستخدام الكمبيوتر وشبكة الإنترنت منها:

تزيف المعلومات والتضليل الإعلامي... وهي مقصودة ومتعمدة مثل سرقة المعلومات الشخصية، أو تزوير الوثائق الشخصية وغيرها.

المشاركة بالمعلومات الزائفة أو الخاطئة... سواء كانت متاحة مجاناً أو بمقابل مدفوع، والأخطر هو نسبة الأعمال والمنتج أو المحتوى لغير أصحابه.

انتشار المواقع الجنسية ومواقع القمار والرهان... مما يثير اهتمام التربويين ويتصدر أجندة القضايا التي تعاني منها الأسرة والمدرسة.

تأثيرات إدمان استخدام الإنترنت لأوقات طويلة والغفلة عن الأخطار والأضرار التي تترتب على الإفراط في الاستخدام والتجول بين المواقع في جلسات طويلة وبصفة يومية... مما يترتب عليه من المشكلات الصحية، والاجتماعية، والأسرية بجانب المشكلات في العمل أو الدراسة.

**ضوابط الدعوة إلى الله تعالى من خلال الإنترنت:**

لا شك أن من أهم وأبرز وألويات التعامل مع شبكة الإنترنت في الدعوة إلى الله تعالى التأكيد على حسن توظيفها في هذا الشأن العظيم، ومواكبة تطوراتها المتسارعة، والعمل الجاد على استثمارها الإيجابي والفاعل في هذا الشأن تبليغاً لهذا الدين، وإيضالاً لرسالته الخالدة إلى الآخرين في كل مكان، لاسيما وأن شبكة الإنترنت تُعد كما يقال: سلاحاً ذا حدين، ووسيلة ذات وجهين متعارضين.



ولعل ذلك راجعٌ إلى أن فيها عوامل الهدم وعوامل البناء، وأسباب الهداية ودواعي الإغواء؛ فكان لابد من توافر بعض الضوابط التي لا بد من مراعاتها عند القيام بمهمة الدعوة إلى الله تعالى من خلال شبكة الإنترنت، إذ إن هناك بعض المفاهيم والآليات والمحددات والضوابط التي لا يمكن أن تنتج عملية تقديم هذه الدعوة إلى الله تعالى بدونها. ومنها ما يلي:

(1) إخلاص النية أثناء القيام بعملية الدعوة إلى الله تعالى، والحرص على أن يكون العمل خالصاً لوجه الله تعالى، بعيداً عن الأغراض الشخصية والخلافات المذهبية والعقائدية، وخالياً من أي أهدافٍ أو غاياتٍ أخرى تُفسده أو تؤثر على جديته واستمراريته تحقيقاً لما صحَّح عن النبي صلى الله عليه وسلم أنه قال: (إِنَّمَا الْأَعْمَالُ بِالنِّيَّاتِ، وَإِنَّمَا لِكُلِّ امْرِئٍ مَا نَوَى)<sup>(1)</sup>.

(2) الحرص أثناء القيام بمهمة الدعوة إلى الله تعالى على نفع الناس، وحب الخير لهم، ودلائتهم على سبيل النجاة؛ أن رسول الله صلى الله عليه وسلم قال: لما في ذلك من عظيم الأجر وجزيل الثواب (من سنَّ في الإسلام سنةً حسنةً فله أجرها واجر من عمل بها بعده من غير أن ينقص من أجورهم شيء و من سنَّ في الإسلام سنة سيئة كان عليه وزرها و وزر من عمل بها من بعده من غير أن ينقص من أوزارهم شيء.)<sup>(2)</sup>

(3) الانطلاق في مهمة الدعوة إلى الله تعالى من منطلق أن دين الإسلام دينٌ مُسالم

---

1 . محمد ناصر الدين الألباني: مختصر صحيح البخاري، كتاب بدء الوحي، باب كيف كان بدء الوحي، حديث رقم 1، ط1، (بيروت- لبنان: المكتبة الإسلامية 1394هـ- 1994م)، ص3.  
2 . الامام مسلم - الجامع الصحيح، م.س.ذ، 2، ج 3، كتاب: الزكاة، باب: الحث على الصدقة ولو بشق تمرة أو كلمة طيبة وأنها حجاب من النار، ص 87.

وشاملاً ومُنفتحاً على الآخرين، فهو غير رافضٍ للحضارة، أو المدنية، أو التطور فالحكمة ضالة المؤمن أنى وجدها فهو أحقُّ بها، ولكنه يشترط في الحضارة أن تكون نافعةً للناس، ومُنضبطةً بضوابط الدين الإسلامي الحنيف الذي يُعد المنهج أو المذهب أو النظام الوحيد في العالم الذي مصدره كلمات الله وحدها، غير مُحرفةٍ أو مُبدلةٍ، ولا مخلوطةٍ بأوهام البشر، وأغلاط البشر، وانحرافات البشر.

(4) التأكيد على توافر المعلومات الصحيحة والكافية عن دين الإسلام على هذه الشبكة؛ شريطة أن تكون صادرةً عن دعاةٍ موثوقين، أو مؤسساتٍ دعويةٍ موثوقة، إذ إن الحاجة ماسةٌ لأن تكون المعلومات عن الدين الإسلامي مُتيسرةً لكل من يطلبها أو يسأل عنها.

(5) الاهتمام بحُسن اختيار الدعاة إلى الله تعالى من المؤهلين علمياً ومعرفياً، وهو ما لا يُمكن أن يتحقق إلا بحُسن إعدادهم وتأهيلهم وتدريبهم لهذا الشأن؛ فالدعوة في هذا العصر في حاجةٍ ماسةٍ إلى الداعية المُخلص والمؤهل علمياً وتقنياً، بمعنى أن يكون مُلمّاً بالعلم الشرعي الصحيح، وأن يكون في الوقت نفسه قادراً على استخدام مختلف الوسائل الحديثة، والتعامل معها، وتوظيفها لخدمة الدعوة، وبذلك يمكن تبليغ الدعوة إلى الله تعالى وإيصالها إلى الآخرين في كل مكان بوسائل جذابة، وأساليب مُقنعة، وطرائق مختلفة.

(6) أن يكون الخطاب الدعوي للآخرين ولاسيما عبر شبكة الإنترنت مناسباً لهم، ومتوافقاً مع حاجاتهم، ومراعياً لظروفهم؛ فليس صحيحاً أن يُخاطب الناس كلهم بطريقةٍ واحدةٍ وأسلوبٍ واحدٍ؛ إذ إن من المشكلات القائمة أن كثيراً من المواقع

الدعوية الإسلامية التي في الساحة الآن تُقدم الخطاب الإسلامي المعهود الذي كان مُستخدماً في الكتب أو الصحف أو في المحاضرات والدروس والخطب؛ ولم يتم توفير خطابٍ خاصٍ بالوسيلة الجديدة الإنترنت يُراعي خصوصيتها، ويستفيد من إمكاناتها، فلا يصح أن يُكتفى بوضع نسخة كاملةٍ من كتاب تفسيرٍ أو حديثٍ أو ما شابه على الموقع؛ لأن المطلوب هو توصيل الفكرة أو المعلومة باستخدام إمكانات الإنترنت الكبيرة والمتنوعة<sup>(1)</sup>.

---

1 . سلطان العمري: الدعوة إلى الله تعالى من خلال الإنترنت.

<http://said.net/afkar/Internet.htm>

## المبحث الرابع

### وظائف الإعلام الإسلامي وأهدافه

الإعلام الإسلامي:- هو كل قول أو ممارسة إعلامية، منضبطة بضوابط الشريعة، دون أن يكون هناك نص ديني يأمر بها مباشرة<sup>(1)</sup>.

وهو فن إيصال الحق للناس بقصد اعتناقه والتزامه، وفن كشف الباطل ودحضه بقصد اجتنابه، فهو بناء وتحصين<sup>(2)</sup>.

فمفهوم الإعلام الإسلامي يتضمن:- تزويد الجماهير بحقائق الدين الإسلامي المستمدة من كتاب الله وسنة رسوله صلى الله عليه وسلم بصورة مباشرة أو من خلال وسيلة إعلامية عامة بوساطة قائم بالاتصال لديه خلفية واسعة متعمقة في موضوع الرسالة التي يتناولها. وذلك بغية تكوين رأي عام صائب يعنى بالحقائق الدينية وترجمتها في سلوكه ومعاملاته<sup>(3)</sup>.

إن مفهوم الإعلام الإسلامي:- إعلام عام في محتواه ووسائله يلتزم في كل ما ينشره أو يذيعه أو يعرضه على الناس بالتصور الإسلامي للإنسان والكون والحياة المستمدة أساساً من القرآن الكريم وصحيح السنة النبوية وما ارتضته الأمة من مصادر التشريع في إطارها<sup>(4)</sup>.

---

1 . منتصر حاتم حسين: أيديولوجيات الإعلام الإسلامي، م. س. د. ص 38.

2 . سيد محمد سادتي الشنقيطي : مكانة وسائل الإعلام الجماهيرية في تحقيق وحدة الأمة، ط1 (الرياض - السعودية: دار عالم الكتب، 1997م) ص 22.

3 . محي الدين عبد الحلیم: الإعلام الإسلامي: الأصول والقواعد والأهداف (مؤسسة إقرأ الخيرية، 1992م ) ص 54.

4 . محمد محمد يونس: وظائف الإعلام الإسلامي، ورقة مقدمة إلى ندوة: "الإعلام الدولي وقضايا العالم الإسلامي" (القاهرة - مصر: 1998م) ص 28- 29.

كما يعرف الإعلام الإسلامي بأنه:- استخدام منهج إسلامي بأسلوب فني إعلامي يقوم به مسلمون عاملون بدينهم متفقهون لطبيعة الإعلام ووسائله الحديثة وجماهيره المتباينة مستخدمون تلك الوسائل المتطورة لنشر الأفكار المتحضرة والأخبار الحديثة والقيم والمبادئ والمثل للمسلمين ولغير المسلمين في كل زمان ومكان في إطار الموضوعية التامة بهدف التوجيه والتوعية والإرشاد لأحداث التأثير المطلوب<sup>(1)</sup>.

الإعلام الإسلامي:- هو عملية الاتصال التي تشمل جميع أنشطة الإعلام في المجتمع الإسلامي وتؤدي جميع وظائفه المثلى، الإخبارية، والإرشادية، والترويجية، على المستوى الوطني والدولي والعالمي، وتلتزم بالإسلام في كل أهدافها ووسائلها وفيما يصدر عنها من وسائل ومواد إعلامية وثقافية وترويجية وتعتمد على الإعلاميين الملتزمين بالإسلام قولاً وعملاً، وتستخدم جميع وسائل وأجهزة الإعلام المتخصصة والعامة<sup>(2)</sup>.

فالإعلام الإسلامي يتسم بالاستقلالية والحرية ويتعد تماماً عن المداهنة والتحيز، ولا يمكن أن يكون في يد السلطة للتحكم في الناس أو التمويه عليهم أو تسخيرهم واللعب بعقولهم على نحو ما يحدث من دعايات في النظم السياسية الطغوانية التي تجعل الإعلام أداة للضغط والقسر والإلزام وهو ما يسمى بالإعلام الإستمالي أو التطويعي لتسخير الجماهير لتنفيذ سياسات معينة، ومنه يمكن أن نشبه النظام

---

1. عبد الوهاب كحيل: الأسس العلمية والتطبيقية للإعلام الإسلامي، ط1 (بيروت - لبنان: عالم الكتب، 1985م) ص29.

2. منتصر حاتم حسين: أيديولوجيات الإعلام الإسلامي، م. س. ذ. ص44.

الإعلامي بالنظام القضائي يستمد قوته وصلاحيته من التشريع الإسلامي مباشرة وإن كان تنظيمه الإداري ومصادره المالية من السلطة الحاكمة ومن هنا يطلق عليه السلطة الرابعة<sup>(1)</sup>.

والإعلام الإسلامي بدأ منذ بداية دعوة نبينا محمد صلى الله عليه وسلم. قال تعالى: ﴿هُوَ الَّذِي بَعَثَ فِي الْأُمِّيِّينَ رَسُولًا مِنْهُمْ يَتْلُو عَلَيْهِمْ آيَاتِهِ وَيُزَكِّيهِمْ وَيُعَلِّمُهُمُ الْكِتَابَ وَالْحِكْمَةَ وَإِنْ كَانُوا مِنْ قَبْلُ لَفِي ضَلَالٍ مُبِينٍ﴾<sup>(2)</sup>.

لقد وجه الأمر بالإعلام عن هذا الدين وتبليغ البشرية إلى الرسول محمد صلى الله عليه وسلم للدعوة في سبيل الله بالحكمة والموعظة الحسنة، فكان أمراً للناس جميعاً بعموم التكليف والإقتداء بالرسول صلى الله عليه وسلم<sup>(3)</sup>.

فالقرآن الكريم هو الرسالة الإعلامية المقدسة، وهو معجزة الإسلام الخالدة، وهو الدستور الشامل الجامع المنظم لشؤون المسلمين في الأمور كلها، ومن ثم هو المرجع الرئيسي للنشاط الإعلامي، ينظم للدعاة خططهم، ويحدد مجالات نشاطهم، وتحقيق أهدافهم ويستطيع القائم بالاتصال أن ينهل منه ليدعم الحقيقة ويستعين في معالجة قضايا المجتمع المعاصرة<sup>(4)</sup>.

والحقيقة أن الجهود الإعلامية التي أنجزها رسول الله صلى الله عليه وسلم لتكون أصولاً للإعلام الإسلامي، تؤكد هذه الجهود الدور الكبير الذي اطلع به الإعلام في

1. المرجع السابق، ص 49.

2. سورة الجمعة، آية 3.

3. عبد العزيز شرف: السيرة النبوية والإعلام الإسلامي (القاهرة - مصر: مكتبة مصر، 1977م) ص 34.

4. منتصر حاتم حسين: أيديولوجيات الإعلام الإسلامي، م. س. ذ. ص 53.

هذا الصدد، وهي محل اهتمام الخبراء والباحثين، وقد حدد الله تعالى له ركائز هذا المنهج في كلمات وثيقة واضحة لا تحتمل لبساً ولا غموضاً في العديد من الآيات الكريمة، منها قوله عز وجل: (يَا أَيُّهَا النَّبِيُّ إِنَّا أَرْسَلْنَاكَ شَاهِداً وَمُبَشِّراً وَنَذِيراً)<sup>(1)</sup>. وغيرها من الآيات الكثيرة التي تصلح أن تكون أصلاً من أصول الإعلام الإسلامي<sup>(2)</sup>.

وعندما يكون الإعلام إسلامياً، فإن المشرفين عليه يستندون إلى أحكام الشرع في كل ما يقال ويعلم، ولذلك فإن من يكون همه حمل الرسالة السامية إلى العالم لن يجد الوقت الكافي لديه لنشر المهاترات وسفاسف الأمور ملئ الفراغ أو لإلهاء الرعية، ولا فراغ عند الوسيلة الإعلامية، والإعلام الإسلامي لا يكذب، ولا يتملق، ولا يحرف، ولا يتلون، ولا ينافق، ولا يستجدي، ولا يخشى في الحق لومة لائم، وهو بالتالي يعلم الناس القيم والفضائل، ولا ينشر الفضائح والردائل، وإغما يعمل على نشر الفضيلة، ويعمل على احترام عقول الناس، ويحترم العادات والمشاعر التي تنسجم مع الشرع الإسلامي، وهو يقف مع المظلومين، ويحاسب المسؤولين<sup>(3)</sup>.

**وللإعلام الإسلامي وظائف: كما يقول منتصر حاتم حسين منها:**

**وظيفة دعوية:** وهي جزء من الأمانة التي تحملها أمة محمد صلى الله عليه وسلم ﴿قُلْ يَا أَيُّهَا النَّاسُ إِنِّي رَسُولُ اللَّهِ إِلَيْكُمْ جَمِيعاً الَّذِي لَهُ مُلْكُ السَّمَاوَاتِ وَالْأَرْضِ لَا إِلَهَ إِلَّا

---

1 . سورة المائدة، آية 67.

2 . محي الدين عبد الحليم: إشكاليات العمل الإسلامي بين الثوابت والمعطيات العصرية، م. س. د، ص 60-61.

3 . عابد الشعراوي: تدوين الفكر الإعلامي في العالم (بيروت - لبنان: دار النهضة الإسلامية، 1989م) ص 141.

هُوَ يُحْيِي وَيُمِيتُ فَأَمِنُوا بِاللَّهِ وَرَسُولِهِ النَّبِيِّ الْأُمِّيِّ الَّذِي يُؤْمِنُ بِاللَّهِ وَكَلِمَاتِهِ  
وَاتَّبَعُوهُ لَعَلَّكُمْ تَهْتَدُونَ<sup>(1)</sup>.

ولقد أدى رسول الله صلى الله عليه وسلم الأمانة في عهده فقد أرسل الرسل  
لكسرى وهرقل والنجاشي وعظيم القبط وغيرهم داعياً إياهم إلى الإسلام وحملهم  
تبعات قولهم إن ردوا ورفضوا.

وظيفة إخبارية: وينقل الإعلام الإسلامي الأخبار والمعلومات والأحداث والوقائع،  
ويتبنى قضايا المسلمين ويبرزها ويحللها ويقدم الحلول المناسبة لها وفق المنظور  
الإسلامي مع الإهتمام بقضايا الأقليات المسلمة في العالم.

وظيفة علمية وتربوية: ترمي إلى الإرتقاء باهتمامات الناس والسمو بعقولهم  
ووجدانهم وسلوكهم، وتزويدهم بعلوم الشريعة وغيرها من العلوم النافعة، وإشاعة  
المفاهيم الإسلامية بمبادئها السامية وقيمها الرفيعة وغرس المعاني التربوية والأخلاقية  
التي جاءت بها الشريعة الإسلامية لبناء جيل قادر على النهوض برسالة الإسلام.

ورغم أن التعليم مسؤولية مؤسسات متخصصة إلا أن الإعلام الإسلامي يمكن أن  
يساهم في العملية التعليمية ويدعمها، فالمناطق النائية التي تفتقر للمدارس يمكن  
للإعلام "المُرئي والمسموع" أن يؤدي إلى مهمة ممتازة في ذلك، وداخل المدن...  
والتلفاز... بشكل خاص، وسيلة إعلامية ممتازة قادرة على الإقناع والوصول للطبقات  
الجاهلة بشكل جيد.

---

1 . سورة الأعراف، آية 58



**وظيفة تثقيفية:** الثقافة مفهوم واسع يتضمن معارف وعلوم متنوعة في الشأن السياسي والإقتصادي والإجتماعي والعسكري ويتضمن أخبار وتقارير ومعلومات قد تكون ذات فائدة، وقد تكون عامة النفع أو خاصة، وهي بمجملها تؤدي دوراً داعماً وتكميلياً لأمر أخرى وذات فائدة متفاوتة بحسب طبيعتها وأهميتها للمستقبل، والإعلام الإسلامي ينبغي أن يهتم بالثقافة العامة لأنها أصبحت أداة رئيسية ووسيلة لا يستغنى عنها بالإعلام.

**وظيفة اجتماعية:** تعمل على بناء الشخصية الإسلامية المتوازنة والمفكرة والمبدعة والقوية وبناء المجتمع المتماسك والمتكامل وتعميق الشعور الإنساني تجاه الآخرين مع بث روح الألفة والمودة، والتعارف والتألف والإنسجام بين سائر المسلمين وتقوية الروابط الاجتماعية بينهم ومناصرة المستضعفين والعمل على إنصافهم، فالإهتمام بشؤون المسلمين أصل عظيم فمن لم يهتم بأمر المسلمين فليس منهم، والتأكيد على أن كرامة الإنسان مصادرة وحرية الفكر مكفولة... وهذه الوظيفة تراعي أيضاً الجانب الترفيهي في الوسائل الإعلامية بما يتوافق مع الضوابط الشرعية<sup>(1)</sup>.

**وظيفة توعوية:** بواقع الأمة الإسلامية وما يحاك تجاهها من مؤامرات من أعداء الأمة في الخارج أو من أذئابهم في الداخل ويقتضي هذا بيان الدعوات التخريبية والمبادئ الداخلية كالتغريب والعلمانية والماسونية، وأيضاً التوعية بواقع الأمم الأخرى ذات العلاقة بالمسلمين وذات التأثير بقضايا المسلمين سواء في الجانب السياسي أو الإقتصادي.

---

1. عبد الرحمن سلوم الرواشدي: تأصيل وتفعيل؛ كتاب الجهاد الإسلامي وكالة حق \_ خاص.

**وظيفة تنموية:** المساهمة الفعالة في تنمية المجتمع إقتصادياً واجتماعياً وعلى أسس سليمة راسخة تعتمد الأرقام والمعلومات وتؤدي دوراً موازياً ومكملاً لجهود الدولة.

**وظيفة تقويمية:** تعيش المجتمعات الإسلامية في حركة يومية دائمة إما لكسب العيش أو بناء الأمة أو الإنطلاق نحو العالم دعوة وتبيان، والناس في حركتهم يصيبون ويخطئون، يوفقون في بعض اجتهاداتهم أو يخذلون، وضمن هذه الأنشطة يحتاج الناس للتقويم والمراقبة سواء في أمور دينهم أو أمور دنياهم ولعل من وظائف الإعلام الإسلامي التقويم لأداء الناس وأنشطتهم وأعمالهم وأقوالهم وهذا بالطبع لا يأتي إلا إذا اعتلى منابر الإعلام أهل العلم والتقوى والإيمان والصلاح.

**وظيفة ترفيهية:** الترفيه الهادف يروح عن النفس ويعدها لما يعدها من جهاد وبذل، والبشر يصيبهم الملل والتعب مما يستدعي الترفيه لإسعاد النفس وبث النشاط فيها...<sup>(1)</sup>.

أما أهداف الإعلام الإسلامي تتلخص في خمسة أهداف رئيسية وهي:

**أولاً/ نشر عقيدة التوحيد:**

العقيدة والعقائد هي: الأمور التي تصدق بها النفوس، وتطمئن إليها القلوب، وتكون يقيناً عند أصحابها، لا يمازجها ريب، ولا يخالطها شك، وعقد الحبل: وشد بعضه ، نقيض حله، ومادة "عقد" في اللغة معناها اللزوم والتأكد والاستبتيان ففي

---

1 . منتصر حاتم حسين: أيديولوجيات الإعلام الإسلامي، م. س. ذ، ص 101- 104.

القرآن الكريم: ﴿لَا يُؤَاخِذُكُمُ اللَّهُ بِاللَّغْوِ فِي أَيْمَانِكُمْ وَلَكِنْ يُؤَاخِذُكُمْ بِمَا عَقَّدْتُمُ الْأَيْمَانَ﴾<sup>(1)</sup>.

وتعقيد الإيمان إنما يكون بقصد القلب وعزمه، بخلاف لغو الحديث، ولغو اليمين، التي تجري على اللسان بدون قصد.

والعقود: أوثق العهود، ومنه قوله تعالى: ﴿يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا أَوْفُوا بِالْعُقُودِ﴾<sup>(2)</sup>.

وتقول العرب: اعتقد الشيء: صلب واشتد<sup>(3)</sup>، جاء هذا في كتاب العقيدة في الله<sup>(4)</sup>. فالإعلام الإسلامي إعلام عقائد، ونشر عقيدة التوحيد أهم أهدافه، والعقيدة الإسلامية أو الأيديولوجية الإسلامية، وكذلك الفلسفة الإعلامية الإسلامية لا بد أن تعكس العقيدة الإسلامية، والإعلام الإسلامي يجعل همه توضيح زيغ وضلال العقائد الفاسدة غير عقيدة الإسلام، ويقع على عاتق الإسلام نقد العقائد الأخرى<sup>(5)</sup>.

وعلى الإعلام الإسلامي... حق يحقق أهداف نشر العقيدة الإسلامية... أن يأخذ أن الإسلام هو المنهاج الصحيح للإنسان، لأنه هو الحق، ولا يصح له طريق آخر حقاً وعدلاً، قال تعالى: ﴿إِنَّ رَبَّكُمُ اللَّهُ الَّذِي خَلَقَ السَّمَاوَاتِ وَالْأَرْضَ فِي سِتَّةِ أَيَّامٍ ثُمَّ

1 . سورة المائدة، آية 89.

2 . سورة المائدة، آية 1.

3 . ابن منظور: لسان العرب، م. س. ذر، 2/ 836.

4 . عمر سليمان الأشقر: العقيدة في الله، ط10 (عمان - الأردن: دار النفائس، 1995م) ص 11، 12.

5 . محمد سيد محمد: المسؤولين الإعلاميين في الإسلام (القاهرة - مصر: مكتبة الخانجي، بلا تاريخ) ص 258.

اَسْتَوَى عَلَى الْعَرْشِ<sup>(1)</sup>، كما أن الإعلام الإسلامي من أهدافه ربط الجانب العاطفي الإسلامي بالجانب العقدي الروحي<sup>(2)</sup>.

وفي مجال العقيدة: على الإعلام الإسلامي أن يؤثر في الناس، ويحارب في نفوسهم ما يذاع من الخرافات والأوهام، ويوجههم إلى العقيدة السليمة، لتقوى وحدة الأمة، ولتقوم على أساس الحق قوى الأركان، ثابت الدعائم<sup>(3)</sup>.

والإعلام الإسلامي مناط به أن يساهم بوضوح في العمل من أجل تعميق مشاعر الولاء للإسلام، والإعتزاز بالهوية المميزة للأمة الإسلامية، والرغبة الصادقة في الإرتقاء بمستوى الأمة من حال الهوان والذل والتخلف إلى مرافئ العزة والتقدم بالقول، والعمل، والعاطفة، والعقل، ولابد أن يدافع الإعلام الإسلامي عن الإسلام عقيدة أو حضارة، وثقافة، ودافعاً، ورد كيد الأعداء عن الإسلام، وتفنيد الشبهات التي تلصق بغير وجه حق. وعلى الإعلام الإسلامي أن يذب عن العقيدة الإسلامية الحرب الإعلامية المعلنة عليها<sup>(4)</sup>.

---

1 . سورة الأعراف، آية 54.

2 . نخبة المفكرين والكتاب، مقالات في الدعوة والإعلام الإسلامي، ط1 (الدوحة - قطر: رئاسة المحاكم الشرعية، 1411هـ) ص 75.

3 . تيسير محجوب الفتيا: مقومات رجل الإعلام الإسلامي، م. س. ذ، ص 114.

4 . عبد القادر طاش: الإعلام وقضايا الواقع الإسلامي، ط1 (الرياض - السعودية: مكتبة العبيكان، 1995م) ص 44.

ومن أهداف الإعلام الإسلامي: أن يوضح أن العقيدة الإسلامية أساس التفكير والنظر، ولا بد أن يكون الإيمان بها عن يقين وإقناع، لا عن تقليد وإتباع، ولذلك كان إيمان العقل مشكوكاً فيه<sup>(1)</sup>.

ومن أهداف الإعلام الإسلامي: أن يقوم بإقناع المسلمين وغير المسلمين بهذه العقائد، حتى يكون الفرد راضياً بحياته الدنيوية، غير ساخط على الوضع الذي يعيشه إن كان فقيراً أو مريضاً أو محروماً من أي نوع من النعم، فهو وإن كان لذلك إلا أن يتمتع بغيرها، وعليه أن يحسن أخلاقه وسلوكياته حتى ينعم بالحياة الآخرة التي هي دار الخلود، والتي يكون النعيم فيها من أجل وأبهى الصور، حيث فيها مالا عين رأت، ولا أذن سمعت، ولا خطر على قلب أحد<sup>(2)</sup>.

فالتبليغ هو من ضروب الإعلام، ونشر الدعوة من أولى واجبات الرسول صلى الله عليه وسلم، وهو واجب على الأمة الإسلامية، ويبقى بالتالي من أهداف الإعلام الإسلامي<sup>(3)</sup>، قال تعالى: ﴿كُنْتُمْ خَيْرَ أُمَّةٍ أُخْرِجَتْ لِلنَّاسِ تَأْمُرُونَ بِالْمَعْرُوفِ وَتَنْهَوْنَ عَنِ الْمُنْكَرِ وَتُؤْمِنُونَ بِاللَّهِ﴾<sup>(4)</sup>.

### ثانياً/ تقويم بنیان المجتمع:

لابد للإعلام الإسلامي أن يهتم بتقويم المجتمع وإصلاحه، والإعلام الإسلامي يستهدف ترقية اهتمام الناس، والسمو بعقولهم ووجدانهم وسلوكهم، وإشاعة

---

1 . محي الدين عبد الحليم: الدعوة الإسلامية والإعلام الدولي (القاهرة - مصر: دار الفكر، بلا تاريخ) ص121.

2 . عبد الوهاب كحيل: الأسس العلمية والتطبيقية للإعلام الإسلامي، م. س. ذ، ص96-97.

3 . محمد عجاج الخطيب: أضواء على الإعلام في صدر الإسلام، ط1 (دمشق- سوريا: مؤسسة الرسالة، 1985) ص13.

4 . سورة آل عمران، آية 110.

الثقافة الإسلامية ومبادئها السامية وقيمها الرفيعة، ومحو الأمية وانضمامها فكرياً ووجداناً وولاءً وتطبيقاً، مع بث روح الألفة والمودة والتعارف والتآلف والإنسجام بين سائر المسلمين وتبديد الفرقة فيما بينهم<sup>(1)</sup>.

والإعلام الإسلامي هدف تنسيقي تضامني يعمل على تماسك الأمة الإسلامية واعتصامها بحبل الله تعالى جميعاً، فلا تفرقة ولا انقسام؛ بل تعاون على البر والتقوى، والتزام دائم بالقيم الإسلامية، ودعوة متجددة إلى التضامن، والتكافل، والتعاقد، والتكامل<sup>(2)</sup>.

إن وسائل الإعلام أداة قوية لضبط المجتمع، ولذلك لابد أن يوجه الإعلام الإسلامي وسائل الإعلام ورعايتها، حتى تساهم في إنشاء مجتمع على الوصف الإسلامي، ومن ثم تتابع هذا المجتمع وتقويمه حتى لا ينحرف عن أهدافه ومبادئه<sup>(3)</sup>.

أن عصرنا الحالي هو عصر الإسلام، لا لأن الإعلام ظاهرة جديدة في تاريخ البشر، بل لأن التكتيك الحديث في الإعلام قد بلغ غايات بعيدة جداً في سعة الأفق، وعمق الأثر، وقوة التوجيه<sup>(4)</sup>.

والشائعات أكثر ما تستخدم في الأوضاع المتوترة من حيث يرى تجار الحروب والمنتفعون أو المهتورون بأن هذه فرصتهم للإيقاع بين الخصوم، فإن استعمال سلاح

---

1 . منتصر حاتم حسين: أيديولوجيات الإعلام الإسلامي، م. س. ذر ص 79-80.

2 . إبراهيم إمام: أصول الإعلام الإسلامي (القاهرة - مصر: دار الفكر العربي، بلا تاريخ) ص32.

3 . عبد العزيز شرف: الإعلام الإسلامي وتكنولوجيا الاتصال (القاهرة - مصر: دار قباء، 1998م) ص25.

4 . الندوة العالمية للشباب الإسلامي: الإعلام الإسلامي والعلاقات العامة (الرياض - السعودية: شركة العبيكان للطباعة والنشر، بلا تاريخ) ص50.

الشائعات يجعل بطريقة أو بأخرى من إيقاع الحرب والصدام بين الفريقين المتصارعين، مما يؤدي إلى تقويض بنيان المجتمع، ولذلك يقع على عاتق الإعلام الإسلامي - وفي سبيل تقويم بنيان المجتمع - أن يتصدى للرد على الشائعات بوصفها واحدة من الأسلحة التي استخدمت من قبل - ولا تزال تستخدم من قبل الإعلام المعاصر - بهدف تقويض بنيان المجتمع<sup>(1)</sup>.

الإعلام الإسلامي بخلاف أي إعلام، وعلى وجه الخصوص الإعلام الدولي المعاصر إعلام إيجابي يصل بين الإنسان وخالقه، ويوضح حقائق الهداية ويوجه الإنسان إلى البناء من أجل الحياة الدنيا والآخرة<sup>(2)</sup>.

#### ثالثاً/ توفير المعلومات الصحيحة:

تجمع الآراء على أننا نعيش اليوم مجتمع المعلومات، حيث لم تعد أهمية المعلومات في اتخاذ القرارات وحل المشكلات خافية على أحد، وتداول المعلومات في المجتمع ظاهرة غاية في التنوع والتعقد، وبقدر ما يزداد فهمنا لها تزداد فعاليتها، ولا يمكن لعلم المعلومات - الذي يرمي لتنمية قدرتنا على فهم ظاهرة المعلومات - أن يرسى أساساً راسخاً لتطوره إلا بتوسيع قاعدته المعرفية<sup>(3)</sup>.

---

1 . سليم عبد الله حجازي: منهج الإعلام الإسلامي في صلح الحديبية، ط1 (جدة - السعودية: دار المنار، 1986م) ص59.

2 . عبد العزيز شرف: الإعلام الإسلامي وتكنولوجيا الاتصال، م. س. ذ. ص139.

3. حشمت فاسم: علم المعلومات بين النظرية والتطبيق (القاهرة - مصر: مكتبة غريب، بلا تاريخ) ص84.

وتبرز أهمية المعلومات الصحيحة التي ينبغي أن يوفرها الإعلام الإسلامي، والمعلومات أصبحت إحدى ركائز حياتنا المعاصرة، ولكن هذه المعلومات تصبح بلا قيمة إذا لم تصل إلى مريديها في الوقت المناسب وبالقدر المناسب<sup>(1)</sup>.

إن المعلومات في نظر الشخص العادي هي: الرسائل، والأنباء، والبيانات، والمعرفة، والوثائق، والإنتاج الفكري، والاستخبارات، والرموز، والإشارات، والتلميحات، والأفكار المفيدة، وكل ما تقوم بجمعه مراكز البحث وأجهزة الأمن. ومن الصعب إن لم يكن من المستحيل حصر كل المحاولات لتعريف المعلومات، فهناك وفق أحد التقديرات أكثر من أربعمئة تعريف للمعلومات، أسهم بها مختصون ينتمون إلى مجالات مختلفة وثقافات وبيئات متباينة<sup>(2)</sup>.

وهناك نماذج للمجالات التي يهدف علم المعلومات منها إلى زيادة فهمنا وإدراكنا، تبرز حاجة الإنسان إلى المعلومات الصحيحة وأهمية هذه المعلومات، ومن المؤكد أن المجتمع المسلم المعاصر في حاجة إلى المعلومات الصحيحة، وأن توفر له هذه المعلومات للجماعة والأفراد، ولذلك أصبح من أهداف الإعلام الإسلامي توفير المعلومات الصحيحة، التي من شأنها أن تساعد المجتمع والجماعات والأفراد في التعامل وفق هذه المعلومات الصحيحة<sup>(3)</sup>.

والإعلام الإسلامي عن طريق كل الوسائل الشرعية لابد أن يوفر المعلومات الصحيحة في المجتمع المسلم وغير المسلم، فالمعلومات الصحيحة تشتمل على كل

---

1. أحمد بدر: المدخل إلى علم المعلومات والمكتبات (الرياض - السعودية: دار المريخ للنشر، 1985) ص 347.

2. المرجع السابق، ص 17.

3. منتصر حاتم حسين: أيدولوجيات الإعلام الإسلامي، م. س. ذ، ص 85.



المباحث الفعلية البحتة وبخاصة ما وراء الطبيعة منها، كما يتناول النظر في المحسوسات المادية والتجارب الصحيحة التي تؤدي إلى الإيمان بكمال الله تعالى وقدرته، وسعة علمه<sup>(1)</sup>.

ومن أهداف الإعلام الإسلامي أن يقدم المعلومات الصحيحة عن الثقافة الإسلامية القائمة على قواعد التصور الإسلامي، وهي ثقافة شاملة لكل حقول النشاط الفكري والواقعي والإنساني، وفيها من القواعد والمناهج ما يكفل نمو هذا النشاط وحيويته، وهي وليدة رسالات السماء، وقامت على التوحيد وطابع الأخلاق، والجمع بين الدنيا والآخرة، والروح والمادة، وأسلوبها في المعرفة قام على جناحي النظرة العقلية والنظرة الروحية متكاملتين<sup>(2)</sup>.

#### رابعاً/ تجميع طاقات المسلمين:

الإعلام الإسلامي لابد أن يجعل من أهم أهدافه وإبرازها تجميع طاقات المسلمين، وذلك بعد أن يلح على استنهاضها، لأن طاقات المسلمين الآن طاقات مبعثرة ومعطلة، والإعلام الإسلامي بشتى الوسائل المعاصرة والتقليدية عليه دور هام وهدف سام، هو تجميع طاقة المسلمين.

والسؤال هو: ما هي طاقات المسلمين، وكيف يمكن للإعلام الإسلامي أن يقوم بتجميع طاقات المسلمين؟

والسؤال الثاني: هل طاقات المسلمين الآن مشتتة، وما سبب هذا التشتت؟

---

1 . تيسير محبوب الفتياي: مقومات رجل الإعلام الإسلامي، م. م.، ذ، ص 229.

2 . المرجع السابق، ص 240.

وهو سؤال كذلك يجيب عليه الإعلام الإسلامي من خلال منهج يعرض لأسباب التشتت وأضراره.

والطاقات التي ينبغي أن يسعى الإعلام الإسلامي لتجميعها كثيرة ومتعددة، وسنستعرض ثلاثاً فقط من طاقات المسلمين، الطاقات: الثقافية، والاقتصادية، والسياسية.

وتقف على رأس هذه الطاقات - التي تستحق التجميع - طاقة المسلمين الثقافية المنبثقة من العقيدة الإسلامية، وهي التي تحدد هوية المسلمين، وهي قوى روحية تؤدي إلى تماسك المسلمين فكرياً، ولابد للإعلام الإسلامي أن يعمل على تجميع المسلمين وتوحيدهم حول ثقافة واحدة، وتعد من الأهداف الهامة للإعلام الإسلامي، إذ لابد للإعلام الإسلامي أن يحمي الذاتية الثقافية للأمة الإسلامية<sup>(1)</sup>.

ولذلك لابد أن تكون من أهم أهداف الإعلام الإسلامي ومسؤولياته أن يواجه الغزو الثقافي الأمريكي وأن يقاومه، وذلك بتجميع طاقة الشعوب الإسلامية والثقافية، وإثارة اعتزاز المسلمين بهويتهم وذاتيتهم الحضارية، ومقاومة عقيدة وعقدة الدونية<sup>(2)</sup>.

والإعلام الإسلامي يهتم بتجميع طاقات المسلمين الإقتصادية ويوضح ما يمكن أن يترتب على تجميع طاقات المسلمين الإقتصادية، ولذا كان الإعلام الإسلامي من أهدافه تجميع طاقات المسلمين، فلا بد أن يكون من أهدافه تفجير هذه الطاقات

---

1 . منتصر حاتم حسين: أيديولوجيات الإعلام الإسلامي، م. س.، ذ ص 87-88.  
2 . سليمان صالح: أخلاقيات الإعلام، ط 1 (الكويت: مكتبة الفلاح، 2002م) ص 289-290.

المعطلة، وعلى الإعلام الإسلامي أن يوضح أن النظام الإقتصادي الإسلامي يقوم على أساس العدالة الإجتماعية والمساواة والعلاقات المعتدلة والمتوازنة...، وتذكره بواجباته تجاه نفسه ومجتمعه، فالإسلام يحرم كافة الاستغلال، ويحترم العمل الشريف، ويحث المسلم دائماً على كسب قوته بالوسائل المشروعة والاعتدال في انفاقها<sup>(1)</sup>، قال تعالى: ﴿وَلَا تَجْعَلْ يَدَكَ مَغْلُولَةً إِلَىٰ عُنُقِكَ وَلَا تَبْسُطْهَا كُلَّ الْبَسْطِ فَتَقْعُدَ مَلُومًا مَّحْسُورًا﴾<sup>(2)</sup>.

ومن أهم أهداف الإعلام الإسلامي تجميع طاقات المسلمين السياسية وتوحيدها تجاه قوى البغي والعدوان، وتوحيد المواقف السياسية... ويقوم بممارسة السلطة من هو أهل لها إذا توافرت لديه الشروط الفقهية المعروفة التي أقرتها الشريعة الإسلامية، وعلى الإعلام الإسلامي أن يوضح أن الإسلام ضمن للأقليات غير المسلمة الحماية لها ولجميع حقوقها المدنية وحريتها في ممارسة شعائرها<sup>(3)</sup>.

#### خامساً/ التصدي للحملات التي تواجه المسلمين:

واجه الإسلام على مدى تاريخه الطويل- ولا يزال- تحديات وحملات عديدة تستهدف الإسلام والمسلمين، وتستهدف حقيقة وجود الإسلام، والسيطرة الكاملة على كل أرضه، وكل أرض يذكر فيها اسم الله تعالى، ويصلى فيها على رسوله محمد صلى الله عليه وسلم.

---

1 . منتصر حاتم حسين: أيديولوجيات الإعلام الإسلامي، م. س. ذر ص 90- 91.

2 . سورة الإسراء، آية 29.

3 . محمد الغزالي: الإسلام والطاقت المعطلة (القاهرة - مصر: نهضة مصر، 1998م) ص 161- 162.

وبلغت هذه التحديات والحملات حداً كبيراً من القسوة والبشاعة وصلت إلى حد ممارسة الإبادة الجماعية للمسلمين، مثلما يحدث في: فلسطين، والعراق، وفي البوسنة والهرسك، والبلقان، وكشمير، والشيشان، وغيرها كثير من بلدان المسلمين، وتتخذ هذه الحملات كل يوم شكلاً ولوناً جديداً، وكان منها ما يسمى بـ "العلمانية" أحد هذه الأشكال، بل تعد أخطرها على الإسلام والمسلمين، وهي العلمانية بمفهومها اللاديني المعادي للدين الإسلامي التي يستتر وراءها أعداء الإسلام من أجل توجيه ضربات موجعة إلى الإسلام في محاولة لإبعاد المسلمين عن إسلامهم، وبينما رفع شعار العلمانية وقامت حملتها انبهر بها في المجتمعات الإسلامية كثير من مفكرينا فآمنوا بها ودعوا لها، ثم عملوا هؤلاء الذين يسيطرون على منابر الإعلام المختلفة عملوا على خلق أجيال من شبابنا بلا قضية وبلا قدوة حتى يتسنى إخراج المسلمين من دينهم<sup>(1)</sup>.

إن الإعلام الإسلامي عندما يتصدى للحملة العلمانية لابد أن يدرسها دراسة كاملة من مصادرها، ويبين مناقضتها للدين، بل لكل الأديان ولاسيما الإسلامي، ويبين خطرها على العالم الإسلامي وعلى عقيدة المسلمين ويكشف عوارها، ويوضح الإعلام الإسلامي أن العلمانية كان لظهورها في الغرب المسيحي مبررات، ولا يوجد مبرر أن تسيطر على العالم الإسلامي وعلى المسلمين، إن العلمانية صناعة غربية لم تنبت في أرضنا، ولا تستقيم مع عقائدنا ومسلماتنا الفكرية<sup>(2)</sup>.

---

1 . عبد الحميد الشكري: دور الإعلام في مواجهة العلمانية المعادية، ط1 (القاهرة - مصر: دار الوفاء، 1965م) ص78.

2 . يوسف القرضاوي : وجهاً لوجه، الإسلام والعلمانية، ط1 (القاهرة - مصر: دار الصحوة للنشر، 1987م) ص52.

وهناك حملات عديدة ومتنوعة ضد الإسلام والمسلمين إذا أراد الإعلام الإسلامي تصحيح المعلومات الخاطئة عن الإسلام التي تستند عليها الحملات يجب عليه أن يبحث عن الجذور الفكرية التاريخية للمواقف المعادية للإسلام والمسلمين، وحتى تكون مواجهته لذلك كله مواجهة سليمة مبنية على دراسة عميقة تكشف عن الأسباب الحقيقية للمواقف الغربية إزاء الإسلام ولا تكتفي بدراسة الظاهرة من سطحها، ويبرز هنا مجال من أهم المجالات الجديرة بالدراسة وحملة من أهم الحملات التي يتصدى لها الإعلام الإسلامي، وهو موضوع الإسلام في تصور علماء الغرب وفلاسفته<sup>(1)</sup>.

إن القضية الفلسطينية قضية فريدة في قضايا العالم المعاصر، الغزو اليهودي في حقيقته غزو استعماري حاقد على العروبة والإسلام، وهو في الوقت نفسه غزو يهودي، صهيوني، استيطاني، حاقد أيضاً، التفت فيه أهداف الاستعمار الشريرة، هذا الالتقاء لم يكن عفويًا، وإنما كان وليد اتفاقيات ومؤامرات على جعل أرض فلسطين وطنًا لليهود، يجمعون فيه شتاتهم، ويقيمون دولتهم، لتكون هذه الدولة رأس حربة ينطلق منها إلى أي نقطة في العالم الإسلامي، وذلك لإثبات النفوذ، وفرض السيادة الفكرية والسياسية والاقتصادية والعسكرية عليها، وذلك لاستغلالها وتحويل مسيرتها الحضارية، ولقد ركزت الجهود الاستعمارية والصهيونية المتحالفة على إيجاد

---

1 . رشدي شحاتة أبوزيد: مسؤولية الإعلام الإسلامي في ظل النظام العالمي الجديد، ط1 (القاهرة - مصر : دار الفكر العربي، 1999م) ص 236.

المناخ الملائم والظروف المناسبة لتثبيت هذه الدولة اليهودية الاستيطانية العنصرية<sup>(1)</sup>.

ويرى الباحث بأن علم الاتصال والإعلام وجهان لعملة واحدة تعني بالأساس وجود مرسل ورسالة وجمهور مرسل إليه ليفهم المقصود من الرسالة الإعلامية وللأسف أصبح الجمهور لا يثق بالإعلامي ورسالته لأن الإعلام بالغالب مُسَيَّس ويلتف على قضايا الأمة من خلال التضليل الإعلامي. وهذا ما رأيناه من خلال الحرب على غزة (فلسطين) ، والصورة التي تنقل عبر وسائل الإعلام الاجنبية مدعومة من إعلاميين مأجورين بإظهار دولة الاحتلال الصهيونية بأنها الضحية وتدافع عن نفسها وتحتاج الى الدعم مع كل ما خلفته من الدمار الهائل وقتل الأطفال والنساء والشيخوخ ، ورأينا المواقف المخزية من بعض الأنظمة العربية على المجازر والقتل والتدمير وتأييدهم لما يحدث للشعب الفلسطيني.

---

1 . عبد الكريم عبد الله نيازي : أفكار خطيرة، ط1 (بلا بلد، بلا ناشر، بلا تاريخ) ص150-152.



## الفصل الثاني

### حاضر الإعلام الدعوي

---

---

---

وفيه أربعة مباحث

المبحث الاول: المفهوم العام للدعوة و الداعية.

المبحث الثاني: وسائل و أساليب الدعوة.

المبحث الثالث: الداعية الإستراتيجي أخلاقه و صفاته.

المبحث الرابع: الضوابط المشروعة للوسائل الدعوية.





## الفصل الثاني

### حاضر الإعلام الدعوي

#### المبحث الأول

#### المفهوم العام للدعوة والداعية

يرى الباحث أن الإعلام في أيامنا هذه يقوم بعملٍ رياديٍّ بالنسبة للجمهور المستقبل، وخاصة الإعلام الدعوي الإسلامي الذي أصبح ينشط بفعل وسائل الإعلام منها المقروء والمرئي والمسموع، مما كان له أكبر الأثر في توجيه العامة والخاصة ممن يغيب عنهم فهم الدين الإسلامي على الوجه الصحيح في كافة مجالات العقيدة والفقه، والحديث، والتفسير، بل وحلقات الذكر من القرآن الكريم، والإسهامات الفكرية والعلمية والأدبية، فكان للدعاة إلى الله نصيب وافر من حيث الدعوة واستقطاب الجماهير، كي يعرف الحقيقة ويقف عندها ويقرأ فقه سيرة النبي محمد صلى الله عليه وسلم وفقه وحياة أصحابه من بعده، وكيف انتشر هذا الدين بالحكمة والموعظة الحسنة والتسامح، وقبول الآخر بروح أخلاقية واعية.

**الدعوة في اللغة:** الطلب، يقال: دعا بالشيء: طلب إحضاره، ودعا إلى الشيء: حثه على قصده، يقال: دعاه إلى القتال، ودعاه إلى الصلاة، ودعاه إلى الدين، وإلى المذهب: حثه على اعتقاده وساقه إليه<sup>(1)</sup>.

---

1 . إبراهيم أنيس ورفاقه: المعجم الوسيط، م. س. ذ. ص 309-310.

ويرى البيانوني بأن الدعوة الإسلامية اصطلاحاً: هي تبليغ الإسلام للناس، وتعليمه إياهم، وتطبيقه في واقع الحياة، فقد بين الله سبحانه وتعالى عمل رسوله محمد صلى الله عليه وسلم، الداعية الأول في الإسلام، وفصله بما يشمل العناصر الثلاثة للدعوة وهي: التبليغية، والتكوينية، والتنفيذية في أكثر من موضع في كتابه؛ فقال سبحانه وتعالى:

﴿لَقَدْ مَنَّ اللَّهُ عَلَى الْمُؤْمِنِينَ إِذْ بَعَثَ فِيهِمْ رَسُولًا مِنْ أَنْفُسِهِمْ يَتْلُو عَلَيْهِمْ آيَاتِهِ وَيُزَكِّيهِمْ وَيُعَلِّمُهُمُ الْكِتَابَ وَالْحِكْمَةَ وَإِنْ كَانُوا مِنْ قَبْلُ لَفِي ضَلَالٍ مُبِينٍ﴾<sup>(1)</sup>.

كما أن هناك تعريفات لدى الكاتبين والباحثين في علم الدعوة والداعية تبعا لاختلافهم في تحديد معنى الدعوة من جهة، وتفاوت نظرتهم إليها من جهة أخرى.

يرى البيانوني أن علم الدعوة هو: مجموعة القواعد التي يتوصل بها على تبليغ الإسلام للناس وتعليمه وتطبيقه<sup>(2)</sup>.

أما محمد الخضر حسين عرفها بأنها: حث الناس على الخير والهدى، والأمر بالمعروف والنهي عن المنكر، ليفوزوا بسعادة العاجل والآجل<sup>(3)</sup>.

أما أحمد غلوش عرف الدعوة بأنها: العلم الذي تعرف به كافة المحاولات الفنية المتعددة الرامية إلى تبليغ الناس الإسلام مما حوى عقيدةً وشريعةً وأخلاقاً...<sup>(4)</sup>

1 . سورة آل عمران، آية 164.

2 . محمد أبو الفتح البيانوني: المدخل إلى علم الدعوة، م. س. د، ص 19.

3 . محمد الخضر حسين: الدعوة إلى الإصلاح ( القاهرة - مصر: المطبعة السلفية، 1346هـ ) ص 17.

4 . أحمد غلوش: أصول الدعوة الإسلامية ط 1 ( القاهرة - مصر: مؤسسة الرسالة ناشرون، 2004م ) ص 10.

أما محمد الغزالي فقد أدخل في تعريف الدعوة أهدافها وغاياتها: برنامج كامل يضم في أطوائه جميع المعارف التي يحتاج إليها الناس، ليبصروا الغاية من محياهم، وليستكشفوا معالم الطريق التي تجمعهم راشدين.<sup>(1)</sup>

أما آدم عبد الله الألوري قال عن الدعوة بأنها: صرف أنظار الناس وعقولهم إلى عقيدة تفيدهم، أو مصلحة تنفعهم وهي أيضاً: ندبة لإنقاذ الناس من ضلالة كادوا يقعون فيها أو من معصية كادت تحرق بهم.<sup>(2)</sup>

ومهمة الدعوة في نظر محمد البوطي أنها ليست وفقاً على الرسل والأنبياء وحدهم، ولا خلفائهم وورثتهم العلماء الذين يأتون من بعدهم، وإنما الدعوة الإسلامية جزء لا يتجزأ من حقيقة الإسلام نفسه، فلا مناص ولا مفر لكل مسلم من القيام بعبئها مهما كان شأنه أو عمله واختصاصه، إذ حقيقة الدعوة إنما هي الأمر بالمعروف والنهي عن المنكر وهو جماع معنى الجهاد كله في الإسلام، أن الجهاد فرض من فروض الإسلام تستقر تبعته على كل مسلم.

ومن هنا تعلم أنه لا معنى ولا مكان لكلمة رجال الدين في المجتمع الإسلامي، حينما تطلق على فئة معينة من المسلمين، ذلك أن كل من دخل الإسلام فقد بايع الله ورسوله على الجهاد من أجل هذا الدين، ذكراً كان أم أنثى عالماً أم جاهلاً، ومهما كان شأنه أو اختصاصه، فالمسلمون كلهم رجال لهذا الدين، اشترى منهم الله أرواحهم وأموالهم بأن لهم الجنة يسخرونها في سبيل إقامة دينه ونصر شريعته.

---

1 . محمد الغزالي: مع الله، دراسات في الدعوة والدعاة ، ط1 (القاهرة - مصر: دار نهضة مصر، بلا تاريخ) ص17.

2 . آدم عبد الله الألوري: تاريخ الدعوة بين الأمس واليوم ، ط1، ط3 (القاهرة - مصر: دار وهبة للطباعة والنشر، بلا تاريخ) ص17.

ومن المعلوم أن هذا كله لا علاقة له بما للعلماء من اختصاص البحث والاجتهاد وتبصير المسلمين بأحكام دينهم، وحل ما قد يجد من المشكلات في حياتهم، على ضوء نصوص الشريعة الثابتة مع الزمن<sup>(1)</sup>.

فواجب الدعوة إلى الله يؤديها الإنسان بمفرده أو من ضمن مجموعة، وهذا ما أشار إليه الحق تبارك وتعالى بقوله: ﴿وَلْتَكُنْ مِنْكُمْ أُمَّةٌ يَدْعُونَ إِلَى الْخَيْرِ وَيَأْمُرُونَ بِالْمَعْرُوفِ وَيَنْهَوْنَ عَنِ الْمُنْكَرِ وَأُولَئِكَ هُمُ الْمُفْلِحُونَ﴾<sup>(2)</sup>.

فسرها ابن كثير بقوله "والمقصود من هذه الآية أن تكون فرقة من هذه الأمة متصدية لهذا الشأن وإن كان ذلك واجبا على كل فرد من الأمة بحسبه، كما ثبت في صحيح مسلم عن أبي هريرة رضي الله عنه قال: قال رسول الله: "من رأى منك منكر فليغيره بيده، فإن لم يستطع فبلسانه، فإن لم يستطع فبقلبه، وذلك أضعف الإيمان"<sup>(3)</sup>.

والواقع أن تجمع الدعاة للقيام بواجب الدعوة بصورة جماعية، يكون ضروريا كلما كانت مهمة الدعوة جسيمة، كما لو أريد نشر الدعوة إلى الله في المجتمعات الوثنية الجاهلية التي عشت فيها الشيطان، وباض وصد أهلها عن سبيل الله و أركسهم في حمأة الشرك، كما في الأقطار الوثنية فإن مثل هذه الأقطار تحتاج إلى جهود كبيرة جدا ومنظمة لنشر الدعوة إلى الله، وتعليمهم أمور الإسلام مما لا يقوى عليه جهد فرد ولا جهود مبعثرة لبعض الأفراد، ويؤيد هذا التبشير بالإسلام على شكل جمعي ما

---

1 . محمد سعيد رمضان البوطي: فقه السيرة النبوية مع موجز لتاريخ الخلافة الراشدة، ط1 (دمشق - سوريا: دار الفكر، 1411 هـ - 1991 م) ص 121 ، 122.

2 . سورة آل عمران، آية 104.

3 - الإمام مسلم - الجامع الصحيح ، م 1 ، ج 1 ، م ، س ، ذ ، ص 50.

جاء في السنة النبوية أن النبي عليه الصلاة والسلام كان يأمر من يسلم بالتحول إلى دار الهجرة ليضم جهده إلى جهود المسلمين وتوجيهها التوجيه السليم من قبل رسول الله <sup>(1)</sup>.

ويرى الباحث أن هناك تخطياً تقوم به بعض جماعات ينتمون إلى الإسلام فيكيدون للإسلام والمسلمين مدفوعين ومأجورين يعرفون بالمشبطين "الطابور الخامس" <sup>(\*)</sup>، وما ذلك إلا لإحلال الوهن والخور والضعف في نفوس الرسل، الدعاة، والمستقبلين، الجمهور، والذي أفسح المجال أمام هؤلاء المأجورين لتلويث مفهوم الإسلام والمسلمين، هو نتيجة الإهمال المتعمد أو غير المتعمد من دعاة الإسلام لعدم قيامهم بواجبهم تجاه الدعوة إلى الله على بصيرة.

وعلى الرغم من كثرة المراكز التي تحمل اسم الدعوة إلى الإسلام، وعلى الرغم من كثرة من ينتسبون إلى الدعوة و يعيشون تحت عنوان الدعاة إلى الإسلام، وكثرة ما يكتب و يذاع باسم الدعوة للإسلام على الرغم من ذلك كله؛ فإن الدعوة إلى

---

1 . عبد الكريم زيدان: أصول الدعوة، ط1 (دمشق- سوريا: مؤسسة الرسالة ناشرون، 1432 هـ - 2011 م) ص 298.

\* الطابور الخامس/ fifth column : فكرة وأسلوب سيكولوجي/ حربي/ حديث نشأ في النصف الأول من القرن العشرين، ابتكره الجنرال الإسباني Gonzalo Queipo de Llano / (غونزالو كوايو ديلانو) الذي كان أحد ثلاثة جنرالات شاركوا بصورة فعالة في الحرب الأهلية الإسبانية بقيادة الجنرال فرانكو في الحرب الأهلية الإسبانية عام 1936 حيث هاجم العاصمة مدريد التي كانت تحت سيطرة الحكومة الجمهورية بأربع فرق عسكرية (طواير أربع) من الجهات الأربعة، إضافة إلى "طابور خامس" من العناصر الفاعلة الموالية والمخلصة له في قلب العاصمة وهي مجموعات من العملاء السريين مهمتها إثارة الرعب والفرع والبليلة والقيام بأعمال حربية وإشاعة فوضى لتهتز الجبهة الداخلية ومن ثم تسقط العاصمة المحاصرة من كل الاتجاهات و إبراهيم ابو عرقوب و سليمان الطعاني : معجم مصطلحات الحرب النفسية ، ط1 ( عمان - الأردن : دار مجدلاوي للنشر و التوزيع ، 1412 هـ - 1992 م ) ص 133- ص 134 .

الإسلام تأسيساً و تصحيحاً أو تجديداً لا تزال تشكو عدم الجدية من أصحابها في الغالب الكثير، بل كثيراً ما تستغل كاسباب للمعيشة و كاسباب للحياة أو الوصول إلى المناصب الدينية المرموقة التي لا يمكن الوصول إليها إلا بإسم الدعوة إلى الإسلام، حتى تكسب الثقة وتنال الشهرة على حسابها، كما تشكو عدم الكفاءة العلمية الأسلوبية و قلة الحكمة، و ضعف الإخلاص من كثير من أصحابها<sup>(1)</sup>.

ولا شك أن مشاركة الدعوة في الندوات أمر مهم، حتى لا يغيب الصوت الإسلامي، فبغياب الدعوة ينفرد أصحاب الفكر الآخر بالجمهور المستمع، وبهذا يقع التضليل للناس بغياب الحق و لذلك لا بد من إحراز تقدم ظاهر في الدعوة و الدعاة بشكل جمعي يكون له تأثير على المستوى المحلي و الإقليمي، ليتعرف المسلم و غيره أن الإسلام واحد لا يتجزأ و أنه قوة إيمانية عقائدية أخلاقية فكرية بدعائه و مفكره و علمائه و خطبائه و الداعين إليه<sup>(2)</sup>.

كما ويرى الباحث أن هناك بعض الغيورين على الإسلام ودعائه من خلال ما تقوم به وزارة الأوقاف و الشؤون و المقدسات الإسلامية في الأردن باستدعائها وتكليفها بعضاً من أئمة المساجد والخطباء والدعاة، وإعلامهم بالقيام بواجب الدعوة في عدة مناطق من جنوب وشمال وشرق وغرب المملكة، وجلوسهم في

- 
1. محمد أمان بن علي الجامي: أضواء على طريق الدعوة إلى الإسلام (الرياض - السعودية: شركة العبيكان للطباعة والنشر، طبع ونشر الرئاسة العامة لإدارات البحوث العلمية والإفتاء والدعوة والإرشاد 1404 هـ 1984 م) ص 265-266.
  2. مصطفى عايد اسعيفان و رشا خميس ذياب: فقه الدعوة إلى الله مناهجها، أساليبها، وسائلها، ط 1 (عمان - الأردن: دار البداية ناشرون وموزعون، 2007 م، 1427 هـ) ص 177.
- وأيضاً. بسام العموش: فقه الدعوة، ص 96، و عبد الحليم الرمحي: فقه الدعوة وأساليبها، ط 1، (عمان - الأردن: دار النفائس، 2005 م)، ص 153.

منطقة مدة لا تقل عن عشرة أيام يقوم بها العلماء والمفكرون والدعاة وبعض ممن تستضيفهم وزارة الأوقاف من قضاة أجلة وعلماء من دائرة الإفتاء العام للقيام بالدعوة إلى الله على بصيرة يكون ذلك بوضع جدول زمني في أوقات الصلاة خاصة ليقوم كل داعية بمسجد بالدعوة والعطاء، من حيث إبراز سمات الإسلام ومقاصده ومفاهيمه، والتركيز على العقيدة، وتلقي المشاركة سواء بطرح مواضيع أو توجيه أسئلة أو أي موضوع يصلح في ذلك المكان والزمان، ويكون على الملأ، ونعمت هذه الإستراتيجية البناء في لم شمل المسلمين بالموعة الحسنة، وهذه ليست مرة واحدة في العام بل أنها تبرز لأكثر من مرة في العام الواحد و بعدة مناطق مختلفة من المملكة الأردنية الهاشمية، و الحال هذا منذ أكثر من ثلاثين عاما مضت، فقد رأينا التفاف الجمهور حول الدعاة و كأنهم رسل جاؤوا ليثبتوا فيهم روح الإيمان وتجديد العقيدة كلما فترت في نفوسهم و وهنت و تكاسلت، مما جعل أهل المناطق النائية من الجمهور يطالبون بعوداتٍ متكررةٍ لمناطقهم.

كما أن هناك المحاضرات و الندوات التي تقام في المملكة تحت إشراف وزارة الأوقاف و باستضافة العديد من علماء و مفكرين و دعاة و إعلاميي الأمة، و يستمع إليها جمهور مستقبل كبير للتعرف على مشكلات العصر و طرق حلها، أو بيان لبعض أمور العقيدة و الفقه وما أشكل عليهم من مسائل و قواعد، و التقدم التكنولوجي عبر الوسائل الإعلامية من مسموع و مرئي و مقروء و حاسوب و تقدم في علوم الكون بما يندرج تحت الأعجاز العلمي و إخضاعه للقرآن.



إن القرآن الكريم أشار إليه منذ قرون كعلماء الفيزياء و الكيمياء وغيرها من العلوم التي أرسى دعائم الدعاة والمفكرين على الأرض لدى الجمهور المستقبل ومعرفتهم بقوله تعالى: ﴿وَفِي أَنْفُسِكُمْ أَفَلَا تُبْصِرُونَ﴾<sup>(1)</sup> فيربطون العلم الكوني بالقرآن الكريم، فيوضحون الآيات مع عجائب قدرة الله...

والناس تختلف مشاربهم وتوجهاتهم منهم من يسرون على هون من نفسه، ومنهم من يترجم حياته إلى واقع عملي يرجو من خلاله إرضاء الله عز وجل، ومن يَضَعُفُ عن الدعوة ويركن إلى الكسل فهو معزولٌ عن الواقع الذي يعيش فيه، وهؤلاء كثر ويتضح ذلك من خلال ما قاله عدنان النحوي: "لقد هجر بعض الناس عامة، وبعض الدعاة خاصة، منهاج الله، واعتمدوا بدلا من ذلك مصادر بشرية، حتى لو حفظ أحدهم القرآن كله، يظل مصدر حجته ودليله هذا المصدر وذاك، وليس الكتاب والسنة، ويظل ولاؤه الأول لهذا أو ذاك، وليس لله ورسوله، وليس لمنهاج الله. نقول بعضهم وليس جميعهم!"

حين يتحدث بعض الناس عن قضايا الإسلام والمسلمين، يقولون هذه قضية سياسية لا علاقة لمنهاج الله بها، أو اقتصادية، أو يعزلون القضايا عن منهاج الله ويفصلونها، وهم بذلك مخطئون خطأ فادحا كبيرا، ولكن الخطأ أكبر حين يريد بعضهم عزل قضية الإيمان والتوحيد عن منهاج الله، واستبدال مصادر بشرية أخرى

---

1 . سورة الذاريات، آية 21.

به، ليصبح منهاج الله للتبرك والإذاعات، والمآتم والمؤتمرات وافتتاح الجلسات وغير ذلك. وما جاء منهاج الله إلا لهذه القضية الأساسية<sup>(1)</sup>.

**مصطلح الداعي:** هو القائم بالدعوة، واسم فاعل من دعا يدعو، وتأتي الهاء في آخره للمبالغة، فيقال عمن عرف بالدعوة داعية<sup>(2)</sup>.

**أما في الاصطلاح:** الداعي المبلغ للإسلام، والمعلم له، والساعي إلى تطبيقه فيشمل مصطلح: الداعي من قام بأعمال الدعوة كلها، أو بعمل من أعمالها، إلا أن الذي يقوم بهذه الأعمال جميعها هو الداعية الكامل<sup>(3)</sup>.

قال تعالى: ﴿يَا أَيُّهَا النَّبِيُّ إِنَّا أَرْسَلْنَاكَ شَاهِدًا وَمُبَشِّرًا وَنَذِيرًا (45) وَدَاعِيًا إِلَى اللَّهِ بِإِذْنِهِ وَسِرَاجًا مُنِيرًا (46)﴾<sup>(4)</sup>.

فالداعي الأول إلى الله تعالى بعد أن أنعم الله علينا بالإسلام، هو رسولنا الكريم محمد صلى الله عليه وسلم... وقد ظل يدعو إلى ربه تبارك وتعالى حتى آتاه اليقين من ربه وصار إلى جواره الكريم راضياً مرضياً<sup>(5)</sup>.

- 
- 1 . عدنان علي رضا النحوي: قبسات من الكتاب والسنة تدبر وظلال، ط2 (الرياض - السعودية: دار النحوي للنشر والتوزيع، 1418 هـ، 1997م) ص44-45 .
  - 2 . إبراهيم أنيس ورفاقه: المعجم الوسيط، مادة دعا، م. س. ذ، ص309.
  - 3 . أبو الفتح البيانوني: المدخل إلى علم الدعوة، م. س. ذ، ص40.
  - 4 . سورة الأحزاب، آية 45-46.
  - 5 . عبد الكريم زيدان: أصول الدعوة، م. س. ذ، ص295.

## صفات الداعي إلى الله:

كما يقول البيانوني لما كانت الدعوة إلى الله من عمل الأنبياء عليهم الصلاة والسلام كان لا بد للقائم بها من التحلي بصفات أساسية وآداب ضرورية ليكون أهلاً لهذا العمل<sup>(1)</sup>، وتكون دعوة مثمرة ومن هذه الآداب:

### الإيمان العميق بما يدعوا إليه:

فإنه بقدر إيمان الداعية بدعوته، وتفهمه لضرورتها وحاجة الناس إليها ينجح في دعوته، وبقدر ضعف هذا الإيمان، والنظر إليها بأنها مهمة ثانوية يتهاون فيها ويتكل فيها على غيره، ويتعثر في طريقة، ويعطيها من فضل وقته، قال تعالى: ﴿يَا يَحْيَى خُذِ الْكِتَابَ بِقُوَّةٍ﴾<sup>(2)</sup>.

وكما يقول عبد الكريم زيدان بأن الإيمان العميق في الداعية المسلم يتيقن بأن الإسلام الذي هداه الله إليه وأمره بالدعوة إليه، حق خالص لأنه هدى الله وما عداه باطل وضلال قطعاً، قال تعالى: ﴿قُلْ إِنَّ هُدَى اللَّهِ هُوَ الْهُدَى﴾<sup>(3)</sup>.

إن هذا الإيمان العميق بأحقية الإسلام قائم على علم قطعي وبينه راسخة لا شك فيها، وإن كذب بها المبطلون الضالون الذين لا يبصرون الحق المنزل من عند الله لا لخفائه، ولكن لعمى ابصارهم وموت قلوبهم فلا يتصور ميل الداعي المسلم إلى باطلهم ولا يتصور منه الشك في دعوته، كما لا يتصور ارتياب البصير في بصره إذا

1 . أبو الفتح البيانوني: المدخل إلى علم الدعوة، م. س. ذ، ص 155.

2 . سورة التحريم، آية 12.

3 . سورة البقرة، آية 120.

وجد نفسه بين العميان، قال تعالى: ﴿قُلْ إِنِّي عَلَىٰ بَيِّنَةٍ مِّن رَّبِّي وَكَذَّبْتُمْ بِهِ مَا عِندِي مَا تَسْتَعْجِلُونَ بِهِ إِنَّ الْحُكْمَ إِلَّا لِلَّهِ يَفْصِلُ الْحَقَّ وَهُوَ خَيْرُ الْفَاصِلِينَ﴾<sup>(1)</sup>.

و أن الإيمان العميق مستمد من ذات الإسلام وطبيعته لا من شيء خارج عنه، ولهذا فإن إيمانه العميق ينبض به كيانه، يسري فيه مسرى الدم ولا يمكن أن يتأثر أو يضعف أو يزول لأي سبب خارجي مهما كان نوع وطبيعة هذا السبب الخارجي<sup>(2)</sup>.

#### الاتصال الوثيق بمن يدعو إليه:

نريد بالاتصال الوثيق تعلق المسلم بربه، وتوكله عليه في جميع أموره لتيقنه بأن الله تعالى هو المنفرد بالخلق والتدبير والضرر والنفع والمنع والعطاء وأنه ما شاء كان وما لم يشأ لم يكن، وأن الله تعالى يكفي من يتوكل عليه ويفوض الأمور إليه: ﴿وَمَنْ يَتَوَكَّلْ عَلَى اللَّهِ فَهُوَ حَسْبُهُ﴾<sup>(3)</sup>.

فالداعية أحوج من يكون إلى الاتصال الوثيق بالله عز وجل، ليستمد منه العون والتوفيق.

#### ومن مظاهر هذه الصلة الوثيقة بالله:

أ) إخلاص النية له سبحانه في دعوته، فلا يرجو من ورائها إلا رضاه، ولا يتطلع من خلالها إلى مكاسب شخصية، أو منافع دنيوية، أو يتخللها شيء من الرياء... وإن أي غفلة عن الإخلاص، قد تحول القصد، وتفسد النية، فيضيع العمل ويحبط الأجر.

---

1 . سورة الأنعام، آية 57.

2 . عبد الكريم زيدان: أصول الدعوة، م. س. ذ. ص 318 .

3 . سورة الطلاق، آية 3.

كما حدث للثلاثة الذين هم أول من تسعر بهم جهنم، وهم: عامر، ومنافق، ومقاتل<sup>(1)</sup>.

ب) محبة الله عز وجل، والإكثار من عبادته وذكره، بأن الداعية الوثيق بالصلة بالله يحرص على طاعته، والتقرب إليه، بل يحرص على النوافل حرصه على الواجبات، ويتجنب المكروهات اجتنابه للمحرمات، ويزيد من القربات والطاعات حتى يتولاه الله في شؤونه جميعاً، فقد جاء في الحديث الشريف: (... وما تقرب إلي عبدي بشيء أحب إلي مما افترضته عليه، وما يزال عبدي يتقرب إلي بالنوافل حتى أحبه، فإذا أحببته، كنت سمعه الذي يسمع به، وبصره الذي يبصر به، ويده التي يبطش بها، ورجله التي يمشي بها، وإن سألني لأعطينه، ولئن استعاذني لأعيذه...)<sup>(2)</sup>.

### العلم والبصيرة هما يدعو إليه:

لإن أهل العلم هم الذين يستطيعون القيام بحق الدعوة حق القيام، وذلك بما أوتوا من ميراث رسول الله محمد صلى الله عليه وسلم، ومن بصيرة بدينهم، وما أكثر ما يسيء الجاهل إلى دعوته من حيث لا يشعر، قال تعالى: ﴿قُلْ هَلْ يَسْتَوِي الَّذِينَ يَعْلَمُونَ وَالَّذِينَ لَا يَعْلَمُونَ﴾<sup>(3)</sup>.

---

1 . عبد الكريم زيدان: أصول الدعوة، م. س. ذه ص 327.

2 . أحمد بن علي بن حجر العسقلاني: فتح الباري، شرح صحيح البخاري، كتاب الرقاق، باب التواضع، ج 11، رقم الحديث 6502 (الرياض - السعودية، نشر و توزيع إدارة البحوث العلمية و الإفتاء ...، بلا تاريخ) ص 340-341.

3 . سورة الزمر، آية 9.

## العمل بالعلم والاستقامة في السلوك:

فلا خير في داعية لا يوافق علمه عمله، ولا يستقيم سلوكه، وإن أخطر ما يصاب به الدعاة انفصال علمهم عن عملهم، قال تعالى: ﴿يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لِمَ تَقُولُونَ مَا لَا تَفْعَلُونَ (2) كَبُرَ مَقْتًا عِنْدَ اللَّهِ أَنْ تَقُولُوا مَا لَا تَفْعَلُونَ﴾<sup>(1)</sup>.

## الوعي الكامل:

وهو إدراك ما يحيط بالدعوة، فلا يغني العلم عن الوعي، فلا بد للداعية من وعي شامل بعدة أمور:

بواقع الدعوة ومطلوباتها في عصره.

بواقع المدعوين من حوله.

بواقع الداعية نفسه، وما يحيط به من ظروف وأحوال... فعلى أساس هذا الوعي: توضع الخطط، وتحدد الأولويات، وتعقد الموازنات، وبالوعي تكتمل بصيرة الداعية بدعوته.

## الحكمة في الأسلوب:

فعلى الداعية أن يكون حكيماً في أسلوب دعوته يختار لمن يدعوهم الأسلوب الحسن المناسب، ويضع كل أسلوب في محله، والحكيم هو من يحسن الاختيار، ويضع الشيء في محله. قال تعالى: ﴿يُؤَيِّدُ الْحِكْمَةَ مَنْ يَشَاءُ وَمَنْ يُؤْتَ الْحِكْمَةَ فَقَدْ أُوتِيَ خَيْرًا كَثِيرًا﴾<sup>(2)</sup>.

---

1 . سورة الصف، آية 2-3.

2 . سورة البقرة، آية 269.

## التخلق بالخلق الحسن:

إذا كان الاتصال الوثيق بالله عز وجل أهم صفة في جانب صلة الداعية بالله، فإن التخلق بالخلق الحسن أهم صفة في جانب صلة الداعية بالمدعوين. وقد وصف الله عز وجل الداعية الأول رسول الله صلى الله عليه وسلم بقوله: ﴿وَإِنَّكَ لَعَلَىٰ خُلُقٍ عَظِيمٍ﴾<sup>(1)</sup>.

## إحسان الظن بالمسلمين:

على الداعية أن يحسن الظن بالمسلمين جميعاً، وأن يجري أحكامه فيهم على الظاهر، ويكل أمر السرائر إلى الله تعالى، قال تعالى: ﴿يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا اجْتَنِبُوا كَثِيرًا مِّنَ الظَّنِّ إِنَّ بَعْضَ الظَّنِّ إِثْمٌ﴾<sup>(2)</sup>.

## أن يستر على الناس عيوبهم:

قال تعالى: ﴿إِنَّ الَّذِينَ يُحِبُّونَ أَنْ تَشِيعَ الْفَاحِشَةُ فِي الَّذِينَ آمَنُوا لَهُمْ عَذَابٌ أَلِيمٌ فِي الدُّنْيَا وَالْآخِرَةِ﴾<sup>(3)</sup>.

وجاء في الحديث الشريف: (لا يستر الله على عبدٍ في الدنيا، إلا ستره الله يوم القيامة)"رواه مسلم"<sup>(4)</sup>.

---

1 . سورة القلم، آية 4.

2 . سورة الحجرات، آية 12.

3 . سورة النور، آية 19.

4 . الإمام مسلم - الجامع الصحيح ، م ، س ، ذ ، م ، 4 ، ج 8 ، كتاب البر و الصلة و الأداب و باب بشارة من ستر الله عبداً في الدنيا :: رقم الحديث 2590 ، ص 21 .

10- أن يخالط الناس حيث تحسن الخلطة، ويعتزلهم حيث يحسن الاعتزال:

فإن من مستلزمات عمل الداعية مخالطة الناس بدعوتهم إلى الخير وأمرهم بالمعروف ونهيهم عن المنكر، ويعتزل حيث الضرورة من فساد وغيره أو خلوة مع نفسه، ويختلط بالجمهور لتوعيتهم وتوجيههم لما فيه الخير لهم في الدنيا والآخرة.

11- أن ينزل الناس منازلهم، ويعرف لأهل الفضل فضلهم، وأن يتعاون مع غيره من الدعاة، ويشاورهم و يتناصح معهم، قال تعالى: ﴿وَتَعَاوَنُوا عَلَى الْبِرِّ وَالتَّقْوَىٰ وَلَا تَعَاوَنُوا عَلَى الْإِثْمِ وَالْعُدْوَانِ﴾<sup>(1)</sup>.

وفي الحديث الشريف: (الدين النصيحة، قلنا لمن؟ قال: لله، ولكتابه، ولرسوله، ولأئمة المسلمين وعامتهم)"رواه مسلم"<sup>(2)</sup>.

---

1 . سورة المائدة، آية 2.

2. الامام مسلم - الجامع الصحيح ، م . س. 3 - م 1 ، ج 1، كتاب الإيمان ، باب بيان أنه لا يدخل الجنة إلا المؤمنون... ، ص 53.



## المبحث الثاني

### وسائل وأساليب الدعوة

#### أولاً: أسلوب الحكمة:

الحكمة: إصابة الحق بالعلم والعقل: فالحكمة من الله تعالى: معرفة الأشياء وإيجادها على غاية الإحكام، ومن الإنسان: معرفة الموجودات، وفعل الخيرات...<sup>(1)</sup>.

وفسر ابن كثير "الحكيم" بقوله: الحكيم في أفعاله وأقواله فيضع الأشياء في محالها<sup>(2)</sup>. ومن جملة هذه التعريفات يصبح تعريف أسلوب الحكمة بأنه الأسلوب الذي يضع الشيء موضعه، فيكون أسلوب الحكمة شاملاً لجميع الأساليب<sup>(3)</sup>.

والحكمة وضع الشيء في موضعه، وتعني في الإعلام تقديم ما يحتاجه الناس بطريقة مناسبة مشوقة مقنعة غير منفرة تخاطب العقل وتدغدغ المشاعر لتوصل فكرة وتقر معلومة<sup>(4)</sup>.

#### ومن خصائص أسلوب الحكمة:

إمكان تعلمه واكتسابه، لأن الحكمة خلق حسن وصفة كريمة يمكن اكتسابها بأي صفة من الصفات وخلق من الأخلاق، قال تعالى: ﴿وَيَعْلَمُهُمُ الْكِتَابَ وَالْحِكْمَةَ﴾<sup>(5)</sup>.

---

1 . الراغب الأصفهاني: مفردات في غريب القرآن، م. س. ذ، ص 127.

2 . أبو الفداء اسماعيل بن كثير القرشي الدمشقي: تفسير القرآن العظيم، المعروف بتفسير ابن كثير، ج1، (القاهرة- مصر: مكتبة عيسى البابي الحلبي، 1981م) ص184.

3 . محمد أبو الفتح البيانوني: المدخل إلى علم الدعوة، م. س. ذ، ص 245.

4 . منتصر حاتم حسين: أيديولوجيات الإعلام الإسلامي، م. س. ذ، ص 63.

5 . سورة الأنفال، آية 60.

عظيم آثاره في الدعوة، فالداعية الحكيم يصل إلى ما يصل إليه غيره، من ذلك:

(أ) الوصول إلى الأهداف من أقرب طريق، وبأكثر النتائج...

(ب) تقريب القلوب من الدعوة والدعاة، وإزالة الشحنة والبغضاء.

قال تعالى: ﴿ اذْفَحْ بِأَلْتِي هِيَ أَحْسَنُ فَإِذَا الَّذِي بَيْنَكَ وَبَيْنَهُ عَدَاوَةٌ كَأَنَّهُ وَلِيٌّ حَمِيمٌ ﴾ (34) وَمَا يُلْقَاهَا إِلَّا الَّذِينَ صَبَرُوا وَمَا يُلْقَاهَا إِلَّا دُوَّ حَظٍّ عَظِيمٍ ﴿<sup>(1)</sup>.

ثانياً: أسلوب الموعظة الحسنة:

الموعظة: ما يوعظ به من قول أو فعل <sup>(2)</sup>.

والحسنة: مقابل السيئة، فالموعظة قد تكون حسنة وقد تكون سيئة... وبحسب أسلوب الواعظ. ومن هنا جاء الأمر بها مقيداً بالقرآن الكريم. قال تعالى: ﴿ اذْعُ إِلَى سَبِيلِ رَبِّكَ بِالْحُكْمَةِ وَالْمَوْعِظَةِ الْحَسَنَةِ ﴾ <sup>(3)</sup>.

ومن أشكال الموعظة الحسنة كما ذكر البيانوني:

القول الصريح اللطيف اللين، قال تعالى: ﴿ وَقُولُوا لِلنَّاسِ حُسْنًا ﴾ <sup>(4)</sup>.

الإشارة اللطيفة المفهومة.

التعريض، والكناية، والتورية.

القصد، والخطابة المؤثرة، والفكاهة.

التذكير بالنعم المستوجبة للشكر.

---

1 . سورة فصلت، آية 30-35.

2 . إبراهيم أنيس ورفاقه: المعجم الوسيط، م. س. ذر ص 1087.

3 . سورة النحل، آية 125.

4 . سورة البقرة، آية 83.

المدح والذم.

الترغيب والترهيب.

الوعد بالنصر والتمكين.

التحمل والصبر<sup>(1)</sup>.

ونتوصل مما تقدم إلى أن الإسلام قد أمرنا بأن تكون دعوتنا لغيرنا بالحكمة والموعظة الحسنة، وأن تكون مجادلتنا لغيرنا بالتي هي أحسن، منعاً للفتنة والاضطراب، وإشاعة الفوضى<sup>(2)</sup>

### ثالثاً/ أسلوب المجادلة:

يرى بعض العلماء أن الجدل لا يعدُّ أسلوباً دعوياً أصلياً، وإنما قد يحتاج إليه، فيكون من باب دفع الصائل<sup>(3)</sup>.

وهناك خصائص ومزايا لأسلوب الجدل كما ذكرها البيانوني منها:<sup>(4)</sup>

اعتماده على العلم والمعرفة.

إقامة الحجة على الخصم وإفحامه.

تنوع بواعثه ودوافعه تنوعاً كبيراً فمنها:

بواعث نفسية.

- 
1. محمد البيانوني: المدخل إلى علم الدعوة، م. س. ذر ص 259.
  2. منتصر حاتم: أيديولوجيات الإعلام الإسلامي، م. س. ذر ص 166.
  3. أحمد بن تيمية: مجموع الفتاوى، إشراف الرئاسة العامة لشؤون الحرمين الشريفين، م 2، ط 1 (مكة- السعودية: مكتبة النهضة الحديث، 1404هـ) ص 45.
  4. محمد البيانوني: المدخل إلى علم الدعوة، م. س. ذر ص 267.

بواعث علمية.

بواعث اجتماعية.

#### رابعاً: أسلوب القدوة الحسنة:

يرى الباحث أن القدوة هي الأسوة بمعنى أن محمداً صلى الله عليه وسلم قدوتي بمعنى أسوتي لقوله تعالى: ﴿لَكُمْ فِي رَسُولِ اللَّهِ أُسْوَةٌ حَسَنَةٌ﴾<sup>(1)</sup>.

والقدوة الحسنة في الإسلام تنقسم إلى قسمين:

قدوة حسنة مطلقة: أي معصومة عن الخطأ والزلل، كما هي في الأنبياء والرسل عليهم السلام، قال تعالى: ﴿أُولَئِكَ الَّذِينَ هَدَى اللَّهُ فَبِهِدَاهُمْ أَقْتَدِهِ﴾<sup>(2)</sup>.

وقدوة حسنة مقيدة: أي بما شرعه الله عز وجل، لأنها غير معصومة، كما هي في الصالحين والأتقياء من عباد الله من غير الرسل والأنبياء، وذلك لاحتمال صدور تصرفاتهم عن ضعف بشري، أو خطأ اجتهادي، لذا كان الإقتداء بهم مقيداً بموافقة شرع الله...

وبهذا يكون أسلوب القدوة الحسنة أسلوباً عاماً يشمل التأسى بكل من عمل عملاً صالحاً حسناً سواء كان نبياً رسولاً، أو كان تابعاً للرسل الكرام ناهجاً نهجهم في عمله...<sup>(3)</sup>

---

1 . سورة الأحزاب، آية 21.

2 . سورة الأنعام، آية 90.

3 . محمد أبو الفتح البيانوني: المدخل إلى علم الدعوة، م. س. ذ، ص 271- 272.

## ومن خصائص و مزايا أسلوب القدوة كما ذكر البيانوني:

سهولته، وسرعة انتقال الخير من المقتدي به إلى المقتدي، لأن الأخذ بالشيء عملياً والتمسك به أكثر إقناعاً للمدعوين من الحديث عنه والثناء عليه.

سلامة الأخذ وضمان الصحة، ولاسيما في الأمور الدقيقة العملية، كالصلاة والحج.

عمق التأثير في النفس البشرية، وسرعة استجابتها للأمور العملية أكثر من استجابتها للأمور النظرية، كالحلق والتحلل في الحج<sup>(1)</sup>.

لقد ركز الإسلام على القدوة الحسنة، فالرسول صلى الله عليه وسلم هو أسوتنا وقدوتنا ومثلنا الأعلى، وخرج لنا نماذج بشرية من أصحابه كانوا أيضاً القدوة والمثل، مما أثبت أهمية الصفوة المختارة المتميزة بالحكمة، والعلم، والبصيرة، والصلاح، والاستقامة التي يمكن أن تشكل القدوة الحسنة، لأن فقدانها سيؤدي إلى أن تقاد البلاد بجلة متسلطين انتهازيين قليلي الخبرة، لسانهم عربي وعقولهم وقلوبهم غير ذلك وهذا يؤدي بالمجتمع إلى الضياع<sup>(2)</sup>.

ويرى فتحي يكن أن أسلوب الدعوة ومخاطبة الناس يمر بثلاثة مراحل:

أسلوب القرآن التي اعتمدها مراراً وتكراراً في سبيل لفت المشركين إلى آياته البينات - وقد كانوا يضعون أصابعهم في آذانهم لدى سماعها - تصديره فواتح الصور بحروف متقطعة كان لها أكبر الأثر في إثارة حفيظة المشركين واستدراجهم للإنصات والتلقي، قال تعالى: ﴿ادْعُ إِلَى سَبِيلِ رَبِّكَ بِالْحُكْمَةِ وَالْمَوْعِظَةِ الْحَسَنَةِ﴾<sup>(3)</sup>.

1 محمد أبو الفتح البيانوني: المرجع السابق، ص 273- 274.

2 . منتصر حاتم حسين: أيديولوجيات الإعلام الإسلامي، م. س. د، ص 61 .

3 . سورة النحل، آية 125.

أسلوب الزجر النفسي غير المباشر ومخاطبة الناس على حسب عقولهم، وبالأقذار التي تؤثر فيهم.

أسلوب الإقناع.. لحل المشاكل والقضايا ومعالجتها معالجة سليمة من وجهة النظر الإسلامية وفي ضوء الإسلام<sup>(1)</sup>.

### وسائل الإعلام الدعوي:

وسائل الدعوة: هي ما يتوصل به الداعية إلى تطبيق مناهج الدعوة من أمور مادية أو معنوية<sup>(2)</sup>.

ومنها ما ذكره عبد الكريم زيدان من وسائل وأساليب الدعوة:

### أولاً: الوسائل الخارجية

وسائل تتعلق باتخاذ الأسباب لتهيئة المجال الجيد المساعد لتبليغ الدعوة إلى الله، وهي على ثلاثة فروع منها:

أسلوب الحذر ممدوح غير مذموم يقوم على أساس المعرفة وأخذ الحيطة والحذر. أسلوب الاستعانة بأهل الخبرة والكفاءة لغرض الحماية وتمكين الداعي من القيام بنشر الإسلام والدعوة إلى الله تعالى، وله الاستعانة بغير المسلم على ألا تكون هذه الاستعانة على حساب الإسلام أو التنازل عن شيءٍ منه.

---

1 . فتحي يكن: كيف ندعو إلى الإسلام (بيروت - لبنان: مؤسسة الرسالة، بلا تاريخ) ص 27 - 29 .

2 . محمد أبو الفتح البيانوني: المدخل إلى علم الدعوة، م. س. ذ، ص 282.

النظام أسلوب جيد لابد منه لحسن استخدام الجمهور وتوجيهها على نحو مثمر في مجال الدعوة إلى الله، وبالتالي زيادة فرص النجاح للداعي في بلوغ هدفه.

### أما الوسائل الداخلية فتتمثل بما يلي:

1. وسيلة التبليغ بالقول، فالقرآن - وفيه معاني الدعوة إلى الله - هو قول رب العالمين نزل به الروح الأمين على محمد صلى الله عليه وسلم ليكون به التبليغ... وضوابطه أن يكون القول بيناً لا غموض فيه ولا إبهام، مفهوماً عند السامع... ولهذا أرسل الله رسله بالسنة أقوامهم حتى يفهموا ما يدعونهم إليه، ويستطيعون بيانه، وأن يكون الكلام خالياً من الألفاظ المستحدثة التي تحمل حقاً وباطلاً وخطأً وصواباً، وعلى الداعي أن يحرص على استعمال الألفاظ الشرعية المستعملة في القرآن والسنة وعند علماء المسلمين، وعليه أن لا يسرع في الكلام، بل يتمهل حتى يستوعب السامع كلامه ويفهمه، جاء في الحديث الذي رواه البخاري (أن النبي صلى الله عليه وسلم كان إذا تكلم بكلمة أعادها ثلاثاً حتى تفهم عنه) "رواه البخاري"<sup>(1)</sup>.

2. وسيلة التبليغ بالعمل: المقصود بالعمل إزالة المنكر فعلاً وهذا هو الغالب. وهو على مراحل كما ذكرها الرسول صلى الله عليه وسلم في حديثه (من رأى منكماً منكراً فليغيره بيده، فإن لم يستطع فبلسانه، فإن لم يستطع فبقلبه وذلك أضعف الإيمان) "رواه مسلم"<sup>(2)</sup>.

---

1. محمد ناصر الدين الألباني: مختصر صحيح البخاري، كتاب: العلم، باب: من رفع صوته بالعلم، م.س.ذ، ص 23.

2. الإمام مسلم - الجامع الصحيح م.س.ذ، م 1، ج 1، ص 50.

3. وسيلة التبليغ بالسيرة الحسنة: السيرة الطيبة للداعي وأفعاله الحميدة وصفاته العالية وأخلاقه الزاكية مما يجعله قدوة طيبة وأسوة حسنة لغيره... وأن يوافق القول العمل، فليحذر الداعي من مخالفة أفعاله لأقواله... فإن هذا أدعى للإقبال عليه وقبول قوله<sup>(1)</sup>.

أما الحديث عن خصائص الدعوة فهو تمثيل الداعية بوسائل ثلاثة:

1- الخصيصة الشرعية: و المقصود بها انضباط الوسائل الدعوية كحكم الشرع، فلا يجوز للداعية الخروج عن أحكام الشرع في مناهجه و أساليبه و وسائله، لأن الدعوة في حقيقتها، طريقة تطبيق الشريعة و مناهجها الذي رسم الله لها فلا يصح الخروج عنه في أي جانب من جوانبه.

والضابط الرئيس لهذه الوسائل هو: أن الغاية لا تبرر الوسيلة في الإسلام.

2- خصيصة التطور: الأمثل في الوسائل و الأساليب التطور و التجديد، تبعاً لتطور عادات الناس و أعرفهم و تقدم العلوم و الفنون، فلكل عصر أساليبه و وسائله في جميع نواحي الحياة، و هذه الوسائل المعاصرة قد تشترك مع و سائل عصر سابق و قد تختلف عنها، فالداعية الحكيم هو الذي يختار لكل عصر وسائله المناسبة له، الموجودة على أن يتحاشى من الوسائل المتبعة المفضلة لدى الناس مما يؤدي إلى الفساد الخلقي.

---

1 . عبد الكريم زيدان: أصول الدعوة، م. س. ذ، ص 426-463.  
وأيضاً محمد أبو الفتح البيانوني: المدخل إلى علم الدعوة، م. س. ذ، ص 283-284.



3- خصيصة التكافؤ: و المقصود بها الموازنة و التماثل بين الوسيلة و الغاية التي تستعمل من أجلها، فالإعداد للعدو مثلاً والعمل على اكتساب القوة المادية و المعنوية لمقاومته مطلوب، ولا تكفي النية في مجرد الإعداد، و إنما يجب فيه بذل الوسع و الطاقة لتكون القوة مرهبة مخفية له، و لن تكون كذلك إذا لم تكن مكافئة لما عنده من وسائل، بل متفوقة عليه<sup>(1)</sup>.

ويقتضي النهج والتخطيط صدق النية أولاً، ورسم الدرب، وتحديد الأهداف، ورد ذلك كله إلى منهاج الله على ضوء الواقع الذي يدرس من خلال منهاج الله دراسة منهجية واعية.

ومع كل ذلك نحن نعيش في أيام قلبت فيها الموازين، فلا يصلح معها شيء إلا نهج الله القويم، فالداعية الداهية الذي يقف على الأحداث ووقائعها و يعي ما الذي يتوجب عليه فهمه من خلال واقعه إن الداعية يستطيع أن ينطلق من قضية الانحراف ودراستها إلى موضوعات شتى بين الواقع والتوحيد، وهذا كله يعتمد على قدرة الداعي ووسعه، وعلى زاده من كتاب الله ومن أحاديث رسول الله صلى الله عليه وسلم، وعلى خبرته وممارسته، وقبل ذلك كله، فإن هذا يعتمد على مدى صدق الداعية وأمانته.

لقد قلبت الموازين، في هذه الأيام، حتى أصبحت السرقة حقاً، والزنا حضارة، وطرده شعب كامل من بلاده وإحلال شعب آخر عدالة دولية<sup>(2)</sup>.

---

1 . مصطفى عايد اسعيفان و رشا خميس ذياب: فقه الدعوة الى الله ، م. س. ذ. ص 211- 212.  
وأيضاً محمد أبو الفتح البيانوني: المدخل إلى علم الدعوة، م. س. ذ. ص 339- 343.  
2 . عدنان النحوي: التوحيد وواقعنا المعاصر، ط3 (الرياض - السعودية: دار النحوي للنشر والتوزيع، 1418هـ / 1997م) ص 229.

## المبحث الثالث

### الداعية الإستراتيجي أخلاقه وصفاته

كما أن الداعي إلى الله يجب عليه أن يتصف بصفات ذكرها علماء كثيرون ومؤلفون لابد أن تبقى ملازمة له حتى يكون لدعوته صدى واتباع يقفون معه أثناء تحدّثه مع الناس فهو مبلغ و المبلغ لا يكذب أهله و لا قومه و لا عشيرته وحتى يكتب له النجاح فهناك صفات لابد منها و هي:

1- الصدق: وحقيقة الصدق حصول الشيء وقامه وكمال قوته واجتماع أجزائه، هكذا قال ابن القيم الجوزية في مدارجه ويكون في القصد والقول والعمل.

ومعناه في القصد: كمال العزم وقوة الإرادة على السير إلى الله وتجاوز العوائق، ويكون ذلك بالمبادرة إلى أداء ما افترضه الله عليه وفي مقدمته الجهاد في سبيله ومنه الدعوة إلى الله، والصدود عن كل معوق أو مشبط.

﴿يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا اتَّقُوا اللَّهَ وَكُونُوا مَعَ الصَّادِقِينَ﴾<sup>(1)</sup>.

أما صدق القول: نطق اللسان بالحق والصواب فلا ينطق بالباطل أي باطل كان. ويكون الصدق في الأعمال بأن تكون وفق المناهج الشرعية والمتابعة لرسول الله صلى الله عليه وسلم قال تعالى ﴿قُلْ إِنْ صَلَاتِي وَنُسُكِي وَمَحْيَايَ وَمَمَاتِي لِلَّهِ رَبِّ الْعَالَمِينَ﴾<sup>(2)</sup>.

روى عن عمر بن الخطاب رضي الله عنه أنه قال: (لولا ثلاث لما أحببت البقاء لولا أن أحمل على جياذ الخيل في سبيل الله، ومكابدة الليل، ومجالسة أقوام ينتقون أطايب

1 . سورة التوبة، آية 119.

2 . سورة الأنعام، آية 162.

الكلام كما ينتقى أطايب التمر. ويريد الإمام عمر بهذه الثلاث التي ذكرها: الجهاد والصلاة، والعلم النافع، وكلها ترضي الرب عز وجل<sup>(1)</sup>.

2. التواضع: هو ضد الكبر الذي نهى الله عنه بقوله: ﴿سَأَصْرِفُ عَنْ آيَاتِيَ الَّذِينَ يَتَكَبَّرُونَ فِي الْأَرْضِ بِغَيْرِ الْحَقِّ﴾<sup>(2)</sup>.

وقول الرسول صلى الله عليه وسلم: (لا يدخل الجنة من كلن في قلبه مثقال ذرة من كبر) رواه مسلم<sup>(3)</sup>.

أن التكبر حماقة وجهل ودليل قاطع على جهل المتكبر بربه ونفسه، فلو عرف ربه لعلم أن الكبرياء لله وحده، قال رسول الله صلى الله عليه وسلم: قال الله عز وجل: (العز إزاره والكبرياء رداؤه فمن ينازعني عذبتة) رواه مسلم<sup>(4)</sup>.

ولو عرف المتكبر نفسه وأن أوله نطفة قذرة وآخره جيفة قذرة لخشع من نفسه ووقف عند حده، قال محمد بن الحسن بن علي كما ذكر صاحب الإحياء: ما دخل قلب إمراً شيء من التكبر قط إلا نقص من عقله بقدر ما دخل من ذلك قل أو كثر.

وجزاء المتكبر حرمانه من الاعتاظ والانتفاع بآيات الله... فيطبع الله على قلبه ويصرفه عن آياته وبهذا نطق القرآن والسنة النبوية؛

قال تعالى: ﴿سَأَصْرِفُ عَنْ آيَاتِيَ الَّذِينَ يَتَكَبَّرُونَ فِي الْأَرْضِ بِغَيْرِ الْحَقِّ﴾<sup>(5)</sup>.

---

1. ابن القيم الجوزية: مدارج السالكين، ج2، (بيروت - لبنان: دار الكتاب العربي، 1392 هـ - 1972 م) ص 281-282.

2. سورة الأعراف، آية 146.

3. صحيح مسلم، م.س.ذ، 1م، ج1، كتاب الإيمان- باب تحريم الكبر وبيان، ص 65.

4. صحيح مسلم، م.س.ذ، 8ج، كتاب البر والصلة والآداب، باب تحريم الكبر، ص 35-36.

5. سورة الأعراف، آية 146.

فالمتكبر يرد الحق ولا يقبله ولا يذعن إليه؛ قال تعالى: ﴿وَجَعَدُوا بِهَا وَاسْتَيْقَنَتْهَا أَنْفُسُهُمْ ظُلْمًا وَعُلُوًّا﴾<sup>(1)</sup>.

وأما سبب الكبر: عجب الإنسان بنفسه لعلمه أو ماله أو جاهه أو حسبه أو نسبه أو سلطانه... فيؤدي به هذا الإعجاب إلى استعظام نفسه ورؤية قدره فوق أقدار الناس فيحتقرهم ويزدرهم.

وأما علاجه: يكون بالمعرفة اليقينية؛ معرفة المتكبر لربه ولنفسه، فيعرف أن الكبرياء لله وحده حصراً ولا يجوز مطلقاً لأي إنسان أن يسمح لذرة من الكبر أن تتسرب إلى قلبه، فإنها جرثومة خطيرة فتاكة كثيرة التوالد تطمس نور الإيمان وتكدر الأعمال وتحبطها.

والتواضع: ثمرة المعرفة بالله وبالنفس فلا يمكن أبداً أن يتكبر ولا يتواضع إنسان عرف ربه وعرف قدر نفسه<sup>(2)</sup>.

فالمتواضع عارف لربه فالمسلم المتواضع يفقه جيداً معنى قول العارف المتواضع الفضيل بن عياض وقد سئل عن التواضع فقال: أن تخضع للحق وتنقاد له ولو سمعته من أجهل الناس قبلته<sup>(3)</sup>.

فعلى الداعي أن لا يدعي شيئاً يدل على تعاليه كأن ينسب إلى نفسه المزيد من العلم أو الفصاحة أو المعرفة... وعليه أن يعرف أن جميع ما عنده هو محض فضل الله علي<sup>(4)</sup>.

---

1 . سورة النمل، آية 14.

2 . مفهوم التواضع

(<http://www.elarning.jo/datapool/HTML/TR11-SI-UI-L9.htm>)

3 . الفضيل بن عياض: حلية الأولياء لأبي نعيم، رقم الحديث 11692 .

4 . عبد الكريم زيدان: أصول الدعوة، م.س. ذ. ص 343-347.

3. الرحمة: إن الداعي لا بد أن يكون ذا قلب ينبض بالرحمة والشفقة على الناس وإرادة الخير لهم والنصح لهم. ومن شفقتهم دعوتهم إلى الإسلام، وأنه يحب لهم ما يحب لنفسه وأعظم ما يحب لنفسه الإيمان والهدى، والداعي بدعوته إنما يسعى لتخليص المتمردين العصاة من الهلاك المحقق والخسران المبين.

فمن صفات وأخلاق المصطفى صلى الله عليه وسلم شفقتهم ورحمته على أمته، قال تعالى: ﴿لَقَدْ جَاءَكُمْ رَسُولٌ مِّنْ أَنفُسِكُمْ عَزِيزٌ عَلَيْهِ مَا عَنِتُّمْ حَرِيصٌ عَلَيْكُمْ بِالْمُؤْمِنِينَ رَؤُوفٌ رَّحِيمٌ﴾<sup>(1)</sup>.

وهكذا كان الأنبياء رحماء بمن أرسلوا إليهم مشفقون عليهم من العذاب، قال تعالى حكاية عن نوح: ﴿لَقَدْ أَرْسَلْنَا نُوحًا إِلَىٰ قَوْمِهِ فَقَالَ يَا قَوْمِ اعْبُدُوا اللَّهَ مَا لَكُمْ مِنْ إِلَهِ غَيْرُهُ إِنِّي أَخَافُ عَلَيْكُمْ عَذَابَ يَوْمٍ عَظِيمٍ﴾<sup>(2)</sup>.

فجواب نوح عليه السلام مشحون بالرحمة والشفقة عليهم واللفظ في مخاطبتهم، ولم يغضبه كلامهم، لأنهم قومٌ يجهلون، ولأن الداعي الرحيم لا يغضب لنفسه قط، وإنما يغضب إذا انتهكت حرمة الله.

والرحمة تهوّن على الداعي ما يلقاه من أصحاب الغفلة والجهالة لأنه ينظر إليهم مستوى عالٍ رفيع أوصله إليه إيماناً وصلته بربه، فهو لا يعجب من صدودهم والإعراض عنه، لذلك فهو يعيد الكرة معهم، ويتحمل آذاهم ويقول: (اللهم اهْدِ قومي فإنهم لا يعلمون)، فهو يشفق عليهم كصغار ولا يؤاخذهم على إساءتهم إليه،

---

1 . سورة التوبة، آية 128.

2 . سورة الأعراف، آية 59.

قال تعالى: ﴿خُذِ الْعَفْوَ وَأْمُرْ بِالْعُرْفِ وَأَعْرِضْ عَنِ الْجَاهِلِينَ﴾<sup>(1)</sup>، لأن الرحمة تهون على الداعي ما يلقاه من الجهلاء.

وما دام الداعي المسلم ينظر إلى من يدعوهم نظرة الرحمة والشفقة عليهم فإنه يعفو ويصفح عنهم في حق نفسه، قال تعالى: ﴿اعْفُ عَنْهُمْ وَاسْتَغْفِرْ لَهُمْ وَشَاوِرْهُمْ فِي الْأَمْرِ﴾<sup>(2)</sup>، لأن الرحمة تثمر العفو والصفح.

وعليه فإن الداعي المحروم من الرحمة الغليظ القلب لا ينجح في عمله ولا يقبل الناس عليه وإن كان ما يقوله حقاً وصدقاً، إن الفظاظة تؤدي إلى انفضاض الناس، وهذه هي طبيعة الناس ينفرون من الغليظ الخشن القاسي ولا يقبلون قوله، لأن قبول قول الناصح يستلزم إقبال قلب المنصوح إليه ولا يحصل هذا الإقبال مع خشونة الطبع وغلظة القلب، قال تعالى: ﴿فَبِمَا رَحْمَةٍ مِنَ اللَّهِ لِنْتَ لَهُمْ وَلَوْ كُنْتَ فَظًّا غَلِيظَ الْقَلْبِ لَانْفَضُّوا مِنْ حَوْلِكَ﴾<sup>(3)</sup>.

فإذا كان هذا يمكن أن يقع بالنسبة لرسول الله صلى الله عليه وسلم لو حصل ما ذكرته الآية الكريمة والرسول لا ينطق إلا بالحق ومؤيد بالحق، فكيف يمكن تصور تخلف الانفضاض عن الداعي إذا كان فظاً غليظ القلب؟

فليتق ربهم الدعاة إلى الله، وليتكلفوا الرحمة والرفق إن لم يكونوا رحماء حتى يكتسبوها ويألفوها، ولا يكونوا منفرين عن الإسلام بسوء أخلاقهم وغلظة قلوبهم وخشونة طبعهم وبذاءة كلامهم، فإن عجزوا عن اكتساب الرحمة وحمل نفوسهم على

1 . سورة الأعراف، آية 199.

2 . سورة آل عمران، آية 159.

3 . سورة آل عمران، آية 159.

أخلاق الإسلام فمن الخير لهم وللدعوة ترك الدعوة والانصراف إلى علاج نفوسهم<sup>(1)</sup>. ويرى الباحث أن الإنتهاكات لحرمات الله وحرمات رسوله ومقدسات المسلمين كثيرة في مجتمعاتنا وخاصة بعد انتشار الفضائيات ووسائل الإعلام المختلفة وشبكة التواصل الاجتماعي الإنترنت فيجب على المسلمين أن يغضبوا ويثوروا لها خاصة ما تتعرض لها الأمة الإسلامية من قتل ودمار وتعذيب على أيدي جلاذيتها وحكامها، وماتقوم به عصابات الإحتلال الصهيوني على الشعب الفلسطيني من اعتقال وتعذيب وتدمير منازلهم، وتدنيس المسجد الأقصى المبارك في القدس الشريف والمسجد الإبراهيمي في الخليل مرات متعددة والعالم وحكام العرب المسلمين كأنهم ينظرون إلى مباراة كرة قدم...

#### الصبر:

يقول عبد الكريم زيدان بأن الصبر: من فروض الإسلام، وهو نصف الإيمان وذكره القرآن الكريم في أكثر من ثمانين موضعاً أمراً به: ﴿يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا اسْتَعِينُوا بِالصَّبْرِ وَالصَّلَاةِ إِنَّ اللَّهَ مَعَ الصَّابِرِينَ﴾<sup>(2)</sup>.

ونهيها عن ضده: ﴿فَاصْبِرْ كَمَا صَبَرَ أُولُو الْعَزْمِ مِنَ الرُّسُلِ وَلَا تَسْتَعْجِلْ لَهُمْ﴾<sup>(3)</sup>. ومحبة لأهلها: ﴿وَاللَّهُ يُحِبُّ الصَّابِرِينَ﴾<sup>(4)</sup>.

1 . عبد الكريم زيدان: أصول الدعوة، م. س. ذ، ص 340-343.

2 . سورة البقرة، آية 45.

3 . سورة الأحقاف، آية 35.

4 . سورة آل عمران، آية 146.

وعاقبته خير: ﴿وَأَنْ تَصْبِرُوا خَيْرٌ لَّكُمْ﴾<sup>(1)</sup>.

وجزاؤه عظيم: ﴿إِنَّمَا يُؤْتِي الصَّابِرُونَ أَجْرَهُمْ بِغَيْرِ حِسَابٍ﴾<sup>(2)</sup>.

وهو سبب لدخول الجنان: ﴿سَلَامٌ عَلَيْكُمْ مِمَّا صَبَرْتُمْ فَنِعْمَ عُقْبَى الدَّارِ﴾<sup>(3)</sup>.

وفي السنة النبوية أحاديث كثيرة في الصبر منها: (عجباً لأمر المؤمن إن أمره كله له خير، وليس ذلك لأحد إلا للمؤمن، إن أصابته سراء شكر فكان خيراً له، وإن أصابته ضراء صبر فكان خيراً له)<sup>(4)</sup>.

ويرى الباحث بأن الصبر خصلة محمودة في المؤمن، وخلق فريد لا يتمتع به إلا حميد الآثار، لأنه ينير الطريق للدعاة والعلماء والإعلاميين المخلصين ويأخذ بأيديهم إلى السبيل القويم.

وعن فضائل الصبر ذكر صالح الخزيم: الصبر خصلة محمودة، وسجية مرغوبة، وخلق فريد، جميل العواقب، جم الفوائد، وكريم العوائد، يعطي المسلم فرصته وخاصة الداعية إلى الله يفكر فيها بما ينفعه، ويتروى في أمره فلا يقدم إلا على ما هو محقق نفعي، وصالح الجنى ومأمون النتيجة<sup>(5)</sup>.

والصبر على ثلاثة أنواع كما ذكرها صالح الخزيم ومنها:

---

1 . سورة النساء، آية 25.

2 . سورة الزمر، آية 10.

3 . سورة الرعد، آية 24.

4 . أبو الحسن بن الحجاج بن مسلم القشيري: الجامع الصحيح "صحيح مسلم"، كتاب الزهد والرقائق، باب المؤمن أمره كله خير، م 4، ج 8، رقم الحديث 628، ص 227.

5 . صالح بن ناصر الخزيم: الصبر (الرياض - السعودية : مطابع جامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية، 1407هـ - 1987 م) ص 14.



1- صبرٌ على ما أمر الله به من الطاعات... وما يلحق النفس في إقامتها من المشقة، والصبر على أداء الطاعات أكمل من الصبر على اجتناب المحرمات وأفضل. فإن مصلحة فعل الطاعة أحب إلى الشارع من مصلحة ترك لمعصية، ومفسدة عدم الطاعة أبغض إليه وأكره من مفسدة وجود المعصية<sup>(1)</sup>.

والصبر على طاعة الله يكون بالمحافظة عليها دوماً والإخلاص فيها ووقوعها على مقتضى الشرع، ومما يعين على تحصيله المعرفة بالله وحقه على العباد، وحسن الجزاء للمطيعين<sup>(2)</sup>.

2- صبر عما نهى الله عنه من المحرمات والمعاصي وقمع الشهوات، وجاهدة النفس عن قربانها، وقهرها عن هواها، وكبح جماحها عن الوقوع في حمأة الرذائل، قال تعالى: ﴿وَأَمَّا مَنْ خَافَ مَقَامَ رَبِّهِ وَنَهَى النَّفْسَ عَنِ الْهَوَىٰ فَإِنَّ الْجَنَّةَ هِيَ الْمَأْوَىٰ﴾<sup>(3)</sup>. ومما يعين على تحصيل هذا الصبر استحضار الخوف من عذاب الله، وأعلى من هذا استحضار الحياء من الله والمحبة له، مع استحضار ثمرة هذا الصبر وهي ابقاء الإيمان وتقويته وإيمائه، لأن المعصية تنقص الإيمان أو تضعفه أو تكدره أو تذهب نوره وبهائه<sup>(4)</sup>.

الصبر على المصائب المؤلمة والكوارث المفجعة والابتلاء والامتحان مهما كانت أسبابه ومهما تشكل وتلون، فقد يكون بفقد عزيز، أو حلول نازلة تؤلمه، وقد يكون بفادحة تجتاح ماله أو تجتثه...، أو وباء يصيب محصولاته فيتلفها...، أو فشل ذريع

1 . ابن القيم الجوزية: مدارج السالكين، م. س. ذ، ص 157.

2 . عبد الكريم زيدان: أصول الدعوة، م. س. ذ، ص 333.

3 . سورة النازعات، آية 40-41.

4 . عبد الكريم زيدان: أصول الدعوة، م. س. ذ، ص 333.

غي محاولة خطط لها مستقبله وفكر فيها جاداً، فأمرك كله خير يحصل لك به الهناء والرخاء فتحمد الله وتشكره، وتلم بك الملمة فتحتسبها عند الله وتصر عليها لك الأجر الجزيل<sup>(1)</sup>.

وإذا كان الصبر ضرورياً لأي إنسان لاسيما المسلم، فإن الصبر للداعي المسلم أشد ضرورة له من غيره، لأنه يعمل في ميدانين: ميدان نفسه، يجاهدها ويحملها على الطاعة ويمنعها من المعصية، وميدان خارج نفسه، وهو ميدان الدعوة إلى الله ومخاطبة الناس في موضوعها فيحتاج إلى قدر كبير من الصبر... حتى يستطيع تجاوز العقبات وتحمل الأذى، فإن فقد الصبر قعد أو انسحب من الميدان وحق عليه الحساب وفاته الثواب<sup>(2)</sup>.

### المخالطة والعزلة:

قال بعض العلماء العزلة أفضل وقال أكثرهم: المخالطة أفضل والصواب أن يقال: الأفضل للمسلم أحبهما إلى الله، فإذا كانت المخالطة أحب إلى الله بالنسبة لهذا المسلم نظراً لظروف حاله ومكانه وزمانه، فهي أفضل في حقه، وإذا كانت العزلة بالنسبة إليه أحب إلى الله لظروف حاله وزمانه ومكانه فالعزلة أفضل في حقه... والمخالطة لا بد منها لأن الإنسان اجتماعي بطبعه لا يستطيع العيش بمفرده، وكذلك الحال في فرائض الإسلام ومستحباته لا يمكن تأديتها إلا بالمخالطة مع الناس وتعاونهم، مثل صلاة الجمعة والعديد، تشييع الجنائز وعيادة المريض وتعلم أمور الدين، والمخالطة هي المقدمة إلى الدعوة، فلا يمكن التخلي عنها، بل أن هذا الوجوب أصبح أشد في

---

1 . صالح بن ناصر الخزيم : الصبر ، م.س.ذ ، ص 27 .

2 . عبد الكريم زيدان: أصول الدعوة، م.س. ذ. ص335.

زماننا من أي زمان مضى، والداعي في مخالطته للناس يقيم علاقاته معهم على أساس الحب في الله والبغض في الله، وأن يختار لصحبته ورفقته المطيعين لله القائمين بحق العبودية لله، فيعتز بهم ويحافظ على أخوتهم، ويرف مصاحبة العصاة والفساق المعرضين عن أوامر ربهم<sup>(1)</sup>.

قال تعالى: ﴿فَاعْرِضْ عَنْ مَّن تَوَلَّىٰ عَنْ ذِكْرِنَا وَلَمْ يُرِدْ إِلَّا الْحَيَاةَ الدُّنْيَا﴾<sup>(2)</sup>.

فعزلة الداعي وعدم مخالطته بالآخرين يعتبر من مكنونات الدعوة إلى الله فهو ينفرد ويفكر بنفسه بالوحدة والإستغناء لاحتياجه إليها كما قال ابن تيمية: (لا بد للعبد من أوقات يَتَفَرَّدُ بِهَا بِنَفْسِهِ فِي دُعَائِهِ وَذِكْرِهِ وَصَلَاتِهِ وَتَفَكُّرِهِ وَمُحَاسَبَةِ نَفْسِهِ وَإِصْلَاحِ قَلْبِهِ وَمَا يَخْتَصُّ بِهِ مِنَ الْأُمُورِ الَّتِي لَا يَشَارِكُ فِيهَا غَيْرُهُ فَهَذِهِ يَحْتَاجُ فِيهَا إِلَى انْفِرَادِهِ بِنَفْسِهِ؛ إِمَّا فِي بَيْتِهِ، كَمَا قَالَ طَاوُوسُ: نِعَمَ صَوْمَعَةَ الرَّجُلِ بَيْتُهُ يَكْفُ فِيهَا بَصَرُهُ وَلِسَانُهُ، وَإِمَّا فِي غَيْرِ بَيْتِهِ. فَاخْتِيارُ الْمُخَالَطَةِ مُطْلَقًا خَطَأٌ وَاخْتِيارُ الْانْفِرَادِ مُطْلَقًا خَطَأٌ. وَأَمَّا مِقْدَارُ مَا يَحْتَاجُ إِلَيْهِ كُلُّ إِنْسَانٍ مِنْ هَذَا وَهَذَا وَمَا هُوَ الْأَصْلَحُ لَهُ فِي كُلِّ حَالٍ فَهَذَا يَحْتَاجُ إِلَى نَظَرٍ خَاصٍّ)<sup>(3)</sup>.

1 . عبد الكريم زيدان: أصول الدعوة، م. س. ذ. ص 349-351.

2 . سورة النجم، آية 29.

3 . أحمد بن تيمية: مجموع الفتاوى، م. س. ذ. المجلد 10، ص 426.

## صفات الداعية الإستراتيجي:

1- أخذ روح المبادرة لتبليغ الدعوة والأمر بالمعروف والنهي عن المنكر، وقد كان رسول الله صلى الله عليه وسلم يبادر إلى ذلك سواء بإرساله رسائل إلى الملوك والأمراء لدعوتهم إلى الإسلام أو موقفه من تحطيم الحجر الذي تصدى له عند حفر الخندق.

2- تحديد أهداف العمل حتى قبل أن يبدأ، فالعمل العشوائي الذي ليس لديه غايات ليس من شأن الدعاة الإستراتيجيين.

3- بالثبات على المبدأ مهما كلف ذلك من مشقة، فقد رفض رسول الله صلى الله عليه وسلم التراجع أمام عمه الذي عرض عليه مغريات قريش للتخلي عن دعوته وقال قولته المشهورة لو وضعوا القمر عن يميني والشمس عن شمالي على أن أتخلي عن هذا الأمر ما تخليت عنه.

4- فهم فقه الأولويات لديهم فيبدءون بالأهم ثم المهم وهكذا كانت دعوة الرسول صلى الله عليه وسلم، فقد بدأت بالعقيدة في مكة فهي الأهم وصلاحها يعني صلاح بقية أركان الإسلام.

5- الواقعية والمرونة عندما يتطلب الموقف ذلك، وهذا المبدأ بمثابة بعد نظر للداعية، فقد قبل الرسول صلى الله عليه وسلم بصلح الحديبية على الرغم من أنه في الظاهر مجحف للمسلمين، ولكن اعتماداً على الواقعية وبعد النظر فقد قبله الرسول صلى الله عليه وسلم وكانت النتيجة خير وبركة للمسلمين بفتح مكة.

- 6- بتحليل الإستراتيجي قبل الشروع في العمل الدعوي، وذلك بتحليل البيئة الداخلية والخارجية للمشروع الدعوي والوقوف على نقاط القوة والضعف وفرص النجاح والمهددات التي تؤدي إلى فشل المشروع.
- 7- بالتفكير الإستراتيجي الذي يجعله يستشرف المستقبل ببصيرة ثاقبة واكتشاف التحديات المحتملة للدعوة مبكراً، فهو بمثابة محطة إنذار مبكر لما يستهدف الدعوة وملهم لما يمكن أن يخدم التخطيط والإدارة الدعوية.
- 8- بالاهتمام بمسألة تجديد الفكر الإسلامي وذلك حتى تستمر مسيرة الإسلام وتواكب الواقع الذي يتطور من حوله<sup>(1)</sup>.

---

1 . علي عيسى عبد الرحمن: الإدارة الإستراتيجية للدعوة الإسلامية (مفهومها - اتجاهاتها - عناصر نجاحها ) ، موقع الفكر الإسلامي، [www.Islamlight.net](http://www.Islamlight.net).

## المبحث الرابع

### الضوابط المشروعة للوسائل الدعوية

كما أفردتها محمد البيانوني، على الدعاة ان يتفهموها ويتعرفوا من خلالها كيفية العمل بوسائل دعوية لها ضوابط وهي:

1- أن يُنصَّ على مشروعيتها صراحة في الكتاب أو السنة، أو يرد طلبها من الشارع بأي وجه من أوجه الطلب. فأى وسيلة نصَّ الشارع على مشروعيتها، أو أمر بها أو أذن باستخدامها صراحة، فهي وسيلة مشروعة وترتب حسب درجة مشروعيتها من وجوب أو ندب أو إباحة.

2- أن يُنصَّ على عدم مشروعيتها صراحة في الكتاب أو السنة، أو يرد النهي عنها بأي وجه من أوجه النهي، فهي وسيلة ممنوعة شرعاً، سواء كان النهي عنها على سبيل التحريم أو الكراهة، فعلى الداعية الابتعاد عنها واجتنابها.

3- أن تدخل في دائرة المباح الذي يستوي فيه جانب الفعل أو الترك. فكل وسيلة أذن بها الشارع صراحة، أو سكوت عنها، هي وسيلة مباحة يجوز للداعية استخدامها، لأن الأصل في الأشياء الإباحة. ولأن النصوص الشرعية محدودة مهما كثرت، والوسائل متجددة ومتطورة، فلا يمكن للنصوص المحدودة استيعاب ما ليس بمحدود. فالأصل في هذا النوع من الوسائل الإباحة، ما لم يعرض لها عارض يخرجها عن هذا الأصل، ويمكن أن يُعدَّ من هذه العوارض أمران هما:

أ) أن تكون الوسيلة مختلفاً في حكمها بين العلماء، فمنهم من يرى إباحتها، ومنهم من يرى تحريمها.

ب) أن تكون الوسيلة مشوبة، اختلط فيها الحلال والحرام مثل كثير من وسائل الإعلام اليوم.

ونظراً لاختلاف وجهات نظر الدعاة في هذه المسائل، وتفاوت مواقفهم من مثلها، يرى الباحث ضرورة الإشارة إلى شيء من ضوابطها لتكون محل نظر واهتمام من قبل الدعاة في مثلها، ونبتعد فيها عن مواقف الإفراط أو التفريط.

- فأما بالنسبة للوسيلة التي يختلف العلماء في حكمها بين مبيح ومانع- كما جرى في حكم التصوير والتمثيل مثلاً- فأرى أن تلخص ضوابطها في أربعة أمور، هي:

1) الترخص والتوسع في استخدامها حيث تكون الضرورات والحاجات الملحة، وتحقق بها المصالح الدعوية العامة، وذلك. لأنه إذا كانت الضرورات والحاجات الملحة تبيح المحظورات القطعية التي لا خلاف في حكمها، فإن إباحتها للأمر المختلف فيه من باب أولى.

2) التورع عن استخدامها حيث الأمور العادية، والمصالح الشخصية، التي لا يترتب على تركها ذهاب مصلحة عامة راجحة... ذلك لأن التورع عن الشبهات مطلوب، ومن اتق الشبهات فقد استبرأ لدينه وعرضه.

3) لطالب العلم المتمكن فقط أن يبحث في المسألة المختلف فيها، ويرجح أحد الأقوال بدليله، لأن قولاً واحداً من العلماء ليس بحجة على الآخر... مادامت المسألة اجتهادية.

4) ليس لمن ترجح له أحد الأقوال تحريماً أو إباحة، أن ينكر على من خالفه في الترجيح أو العمل، لأن المسلم به في قواعد الحسبة عدم الإنكار في المختلف فيه، وإنما يحق للمخالف أن يدعو الطرف الآخر بلطف إلى الخروج عن الخلاف، أو يحاول إقناعه بما ترجح لديه.<sup>(1)</sup>

فلو عمل المسلمون اليوم بمثل هذه الضوابط في المسائل المختلف فيها من وسائل دعوية أو غيرها... لاندفعت سلبيات الخلاف عن حياتهم، وعاش المختلفون فيما بينهم متآلفين متحابين متعاونين- كما كان أسلافهم.

هذا عن الوسيلة المختلف فيها، أما الوسيلة المشبوهة التي اختلط فيها الحلال والحرام- كما في كثير من وسائل العصر- فإن من البصيرة الدعوية أن يعمل الداعية على تجريدها عن الحرام ما استطاع إلى ذلك سبيلاً، ثم يستخدمها خالصة نقية عنه. وإن لم يستطع تنقيتها مما شابها، فلا بد أن يوحد العلماء والدعاة موقفهم منها، مشاركة أو معارضة، وذلك بموازنة شرعية دقيقة توازن بين إيجابيات استعمالها، وسلبيات تركها وموازنة دقيقة بين واجبهما تجاهها، وبين قدرتهم على تحقيق ذلك الواجب.

ولعل من أدق وأجمل ما يستدل به على هذا الضوابط في الوسيلة المشبوهة موقفه صلى الله عليه وسلم من وسيلة مشبوهة في عصره، ألا وهي (وسيلة النذير العريان)<sup>(2)</sup>.

---

1 . كتاب لا انكار على مجتهد ولا مختلف فيه، كتاب علي الحمادي، الفقه وأصوله، أصول الفقه، خلاف الفقهاء، (<http://www.tarbawi.com>) .

2 . أبو الحسن بن الحجاج بن مسلم القشيري: الجامع الصحيح "صحيح مسلم"، كتاب الفضائل، باب شفعه صلى الله عليه وسلم على أمته ... م.س.ذ، م 4، ج 7، ص 63.



فقد كانت عادة العرب في الجاهلية إذا أرادوا الدعوة إلى أمر مهم، والإنذار في أمر خطير، يفعلون أموراً عدة:

- (1) يصعدون إلى مكان عال مثل الجبل أو نحوه.
- (2) ينادون بأعلى أصواتهم واصباحاه، وما إلى ذلك من ألفاظ مشابهة.
- (3) يتعرون عن ثيابهم، ليشعروا النظار إليهم بخطر الأمر الذي ينادون الناس من أجله، ولسان حالهم يقول كأن العدو قد عراهم من ثيابهم، فيسرع الناس إليهم. فلما أراد الرسول صلى الله عليه وسلم أن ينذر قومه بأخطر أمر، وأعظم خير - ألا وهو البشارة والنذارة بهذا الدين - لم يترك هذه الوسيلة الدعوية المتاحة المعتادة لأنها مشوبة "بالعري"، وإنما عمل على تعريتها مما شابهها، واستخدمها بعد ذلك في دعوته، فقد صعد على الصفا، ونادى بأعلى صوته "واصباحاه"، ولكنه لم يتعرّ لذلك. فأقبل الناس عليه فأنذرهم بما أراد. بل أجاز أن يقول عن نفسه "أنا النذير العريان" كما جاء في الحديث المتفق عليه، مع أنه الكامل المستور صلى الله عليه وسلم. وكفى بمثل هذا الموقف قدوة ودليلاً، ويا لها من حكمة بالغة، وبصيرة عظيمة.

فلو تعاون الدعاة في كل عصر على تجريد الوسائل المشوبة المنتشرة في عصرهم من الشوائب، وبذلوا في ذلك جهودهم قدر استطاعتهم، لوصلوا إلى كثير مما يريدون، واستطاعوا أن يستخدموا من الوسائل المعاصرة المكافئة ما يستخدمه أعداؤهم من دون ضوابط، فسلموا من السلبيات، وحققوا كثيراً من الإيجابيات.

... أما المواقف السلبية وحدها، فلا تقدم ولا تؤخر في إصلاح وسيلة مشوبة، بل قد تؤخر من حيث الاضطرار إلى الابتعاد عنها وتجنبها.

أما الضابط الأخير من ضوابط الوسائل فلا تكون الوسيلة شعاراً من شعارات الكافرين الذين أمرنا بمخالفتهم، وعدم التشبه بهم. ومن هنا امتنع رسول الله صلى الله عليه وسلم من استخدام وسيلة ناقوس النصرى، وقرن اليهود في دعوة الناس إلى الصلاة، وبحث عن غيرها حتى هداه الله إلى وسيلة الأذان - كما روى مسلم وغيره.

نسأل الله عز وجل أن يبصرنا في ضوابط وسائلنا، وأن يعيننا على حل مشكلات عصرنا، وأن يأخذ بأيدينا إلى ما يرضاه <sup>(1)</sup>.

---

1 . محمد أبو الفتح البيانوني: كتاب الدعوة للإسلام، الاضاءات الدعوية، ط 2، م. س. ذ، (1991م / 1412هـ).



## الفصل الثالث

### الإعلام الدعوي

#### مفهوم الإدارة الاستراتيجية للتطور الإعلامي الدعوي

---

---

---

وفيه أربعة مباحث:

المبحث الأول: محاور استراتيجية التطور الإعلامي الدعوي.

المبحث الثاني: الإعلام الدعوي وقطاع العاملين بالأوقاف.

المبحث الثالث: خطط المسار الاستراتيجي للإعلام الدعوي.

المبحث الرابع: مفهوم التخطيط الاستراتيجي للإعلام الدعوي وخصائصه.



## الفصل الثالث

### استراتيجية الإعلام الدعوي

#### المبحث الأول

#### محاوَر استراتيحية التطور الإعلامى الدعوى

##### مفهوم الاستراتيجية:

كلمة استراتيجية من الكلمات التي كثر استخدامها مؤخراً لتشعبها وأهميتها، فما من عمل إلا وأطلق عليه هذه الصفة، فهي تدخل في السياسة والمجتمع والاقتصاد والثقافة وقد جاء تعريفها كما يلي: برغم من أن مفهوم الإستراتيجية Strategy المتداول اليوم قد اتسع وتنوعت المعاني التي يفهمها الناس منه فإن الأصل يوناني للكلمة وثيق الصلة بظاهرة الحرب وصفة الخداع، فكلمة Strategia اليونانية تعني القيادة أو البراعة العسكرية Generalship وهي من كلمة Strategos وهو القائد العسكري أو الجنرال General أو من الكلمة Stratos والتي تعني الجيش Army أو من الكلمة Strategema التي تعبر في التقاليد اليونانية عن الغش والخداع والتضليل كسلوك القائد العسكري في تعامله مع الخصوم وهو المفهوم نفسه من المرادف الإنجليزي للكلمة وهو Stratagem والتي تعني الحيلة أو المناورة العسكرية التي تهدف إلى تضليل العدو أو خداعه.

##### تطور مفهوم الاستراتيجية:

هكذا تطور مفهوم الاستراتيجية واتسع ليشمل مختلف شؤون الحياة كما يلي: اتسع مفهوم الاستراتيجية في الإدراك الغربي ليغطي كل الترتيبات التي تتطلبها عملية

الاستعداد الدائم لمواجهة أي عدو معروف أو محتمل، وتدبير جميع الموارد والعناصر الضرورية لحماية الأمن القومي من منطلق القناة بأن أساس العلاقة بين الدول هي الحرب، وما السلام إلا عرض طارئ تقتضيه مصلحة الطرفين.

إن الاستعداد الدائم الذي ورد في التعريف أعلاه يعني إعداد القوة، والقوة وفقاً للتوصيف الإستراتيجي تعني القوة العسكرية والاقتصادية والسياسية والمجتمعية والإعلامية والعلمية والتقنية.

#### مفهوم الإدارة الاستراتيجية للدعوة:

هنالك عدة تعريفات للإدارة الاستراتيجية للدعوة، فقد عرفها محمد حسين أبو صالح بقوله: يمكن تعريف الإدارة الاستراتيجية للدعوة على أنها عملية إدارة الدعوة الإسلامية من حيث تحديد رسالة المنظمة وأهدافها الإستراتيجية ومسارها الإستراتيجي واختيار الأنماط الإستراتيجية المناسبة التي يتم من خلالها تحديد الأنشطة والعمليات المطلوب القيام بها على المدى البعيد بما يمكنها من الاستجابة لبيئة المنظمة والمخاطر والمهددات المحلية والإقليمية والدولية ومعالجة نقاط الضعف في المنظمة وتقويم وتدعيم نقاط القوة.

كما عرفت الإدارة الاستراتيجية في الإسلام بأنها: الولاية أو الرعاية أو المتابعة أو الأمانة، وكل منها يحمل معنى المسؤولية والالتزام بأداء الواجبات والإحاطة بالأمور والحفاظ على الأمانة، وبهذا المفهوم ينادي الإسلام على إسناد الولاية والرعاية إلى الفرد من أفراد الجماعة وهو بذلك يرى أن القيادة من ضروريات الجماع.

وقد عرفت الإدارة الاستراتيجية في مفكرة الإسلام بأنها: قمة الهرم الإداري في الفكر والتطبيق، ويعتبر الفكر الإسلامي عموماً فكراً إستراتيجياً في التفكير وحتى في إصدار الأحكام حيث يهتم اهتماماً بالغاً بالمقاصد الشرعية والنظرة إلى المال في الأمور وقضية التوازن بين المصالح وغيرها من أساسيات الفكر الإسلامي.<sup>(1)</sup> هذه هي مفاهيم الإدارة في الإسلام وهي لا تختلف عن بعض المعايير الحديثة إلا في بعض المعايير القيمة التي تنطلق من مبادئ الإسلام.

ويرى الباحث أن القرآن الكريم باعتباره أساساً للاستراتيجية الدعوية يحتوي على الكثير من الإستراتيجيات سواءً على مستوى التعاليم، والقيم والأخلاق، والعادات والتقاليد والتشريع والأحكام والمعاملات.

فكلُّ سورة من القرآن الكريم مليئة بالإستراتيجيات الدعوية والإعلام الموجه الهادف. الإعلام الإسلامي اليوم يمر بأسوأ مراحل له وذلك لعدم استقرار المنطقة العربية و دول الجوار و الثورات العربية و الثورات المضادة و مصادرة الفكر، و إقصاء المفكرين و المخلصين العاملين أو زجهم في المعتقلات أو تصفيتهم جسدياً، وهذا ناتج عن ضعف في العقيدة من القيادات، وخوف على أنفسهم للظلم الذي أوقعه من يتسمون بمسؤولين عن أبناء جلدتهم ومن أهل الفكر و الحل و العقد و الدعاة إلى الله.

---

1 . علي عيسى عبد الرحمن : موقع الفكر الإسلامي ، م . س . ذ .



فلو أن المسؤولين كانوا مثلما قيل لعمر بن الخطاب رضي الله عنه وأرضاه بعدله وعزة نفسه من قبل رسول روستم المشهورة: "عدلت فأمنت فسلمت فنمت" لاختلف الحال بالنسبة إليهم فأصل الحكم العدل، وأصل العدل المساواة، وأصل المساواة عدم التفريق بين المجتمع الواحد، فالحاكمة لله لقوله تعالى: ﴿أَفَحُكْمَ الْجَاهِلِيَّةِ يَبْغُونَ وَمَنْ أَحْسَنُ مِنَ اللَّهِ حُكْمًا لِّقَوْمٍ يُوقِنُونَ﴾<sup>(1)</sup>.

و لهذا يجب على الدعاة و الإعلاميين أن يبحثوا عن أهداف يسرون عليها بخطط إستراتيجية حتى يكون لإعلامهم و دعوتهم و صولاتهم صدًى يسمع.

ومن هذه الأهداف التي رسمها محمد حسين أبو صالح:

أولاً: امتلاك القوة الإستراتيجية الإعلامية.

ثانياً: تحقيق قدر من السيطرة الإعلامية.

ثالثاً: توفير السند المطلوب لتحقيق المصالح الوطنية الإستراتيجية.

رابعاً: التواصل الفاعل مع مواطني الدولة.

خامساً: إحداث تأثير أساس في الجمهور العالمي.

سادساً: بلورة رأي عالمي.

سابعاً: تحقيق القدرات التنافسية الإعلامية العالمية.

و لا يمكن أن يكون هناك تطورٌ في العملية الإعلامية إلا بجهد و اجتهاد و عمل متواصل فردي و جماعي حتى يتحقق النجاح للخطط الإستراتيجية الإعلامية كما أنه

---

1 . سورة المائدة، آية 50 .

لابد من مواصلة الليل مع النهار ليكون هناك انطلاقة فاعلة و مؤثرة على الجمهور الذي يستقبل كل ما يعرض عليه من حقائق على كافة المستويات و الأصعدة الدعوية الإعلامية و الرؤى المستقبلية حتى يكون هناك إقناع للجمهور بعرض الحقائق مع إبراز أمثلة من الواقع الأليم المؤسف و المستقبل لذي ينير درب الدعاة لنشر دعوة التوحيد عبر كل الوسائل الحديثة ليتم إقناعهم والتفافهم حول الدعاة و الإعلاميين للتعرف على قضاياهم و أمور دينهم، و العوائق التي تقف أمامهم و التعامل معها بكل دبلوماسية و إقناع بأسلوب شيق بعيداً عن التكلف و التصنع، و الوقوف على الحقائق الجديدة يتم من خلال خلفية إستراتيجية إعلامية قوية و تكون بكل الوسائل المتاحة إعلامياً سواء المقروء منها و المسموع و المرئي "التواصل الاجتماعي" و هذا يعني أهمية إدراك هذه الحقائق الإستراتيجية التي رسمها محمد حسين أبو صالح وهي:

- 1- طبيعة المصالح الإستراتيجية الوطنية.
  - 2- المهددات الوطنية.
  - 3- نقاط الضعف الوطنية.
  - 4- محاور التغيير الإستراتيجي و طبيعته.
- كما أن وضوح الرؤية الوطنية:المصالح الوطنية الإستراتيجية، المهددات و نقاط الضعف، القضايا الإستراتيجية ينعكس على مستوى الأداء السلوكي الإعلامي<sup>(1)</sup>.

---

1 . محمد حسين أبو صالح: التخطيط الاستراتيجي القومي،

ومع تطور الإعلام بكافة وسائله ومحاوره، لابد من استخدام جهاز الحاسوب والدخول على المواقع الإعلامية الهادفة، وخاصة الإسلامية منها، والاستفادة من مضامينها، ودراساتها وعرضها، ثم تحليلها، ثم تقديمها للجمهور المستقبل بأسلوب تقني حضاري، مما يجعل وصول المعلومة وتداولها وفهمها يسرا للقارئ والمستمع، حتى يكون أبلغ في التلقي والاستيعاب ليتكون بعد ذلك مصدر ثقة بين الداعي والمفكر والعالم من جهة والجمهور المستقبل من جهة أخرى، مما لا شك فيه أن تطوير وبناء نظم جيدة للمعلومات له علاقة مباشرة بنمو وتطوير العمل بالمنشأة، حيث إن الحاجة إلى إنتاج المعلومات أصبحت من المتطلبات الأولية والأساسية للبقاء والاستمرار، وليس فقط هدفا لتحسين الكفاءة. هذا وقد أصبحت تقنية الحواسيب عصب نظم المعلومات في أي منشأة لما تقدمه من دعم كبير في إجراء وتنفيذ العمليات المختلفة ومساعدة المستويات الإدارية في كافة الأنشطة والقرارات التي يتطلبها العمل.

ويمكن إدخال تقنيات الحاسوب ونظم المعلومات في أعمال أي منشأة كما يقول بلال السكارنة بحيث تحقق مايلي:

1- صحة وتكامل المعلومات.

2- سرعة الحصول على المعلومات.

3- زيادة كفاءة العاملين.

4- تحسين الخدمات المقدمة.

5- تقليل الهدر المادي.

6- تحسين الاتصالات الإدارية.

7- توفير المعلومات اللازمة لمتخذي القرار بكفاءة وسرعة مناسبة.

8- تحسين وتطوير الأداء.

9- تطوير أساليب أكثر فاعلية في الأداء والتنظيم.

10- دعم الخطط الإستراتيجية.

ومن أجل إدخال تقنيات الحاسوب وتطوير نظم المعلومات لأي منشأة، فإنه يلزم توفر خطة إستراتيجية بعيدة المدى للمعلوماتية تتسق مع الخطة الإستراتيجية العامة للمنشأة وبما يحقق أهداف وغايات المنشأة.

وفي العادة تضع المنشأة لنفسها عددا من الخطط الإستراتيجية التي تهدف في مجملها إلى تطوير العمل والأداء مثل: خطة استراتيجية لتنمية القوى البشرية، خطة استراتيجية للتدريب، خطة استراتيجية للتطوير الإداري، وغيرها من الخطط الاستراتيجية<sup>(1)</sup>.

#### مفهوم الإدارة الإستراتيجية للدعوة:

هنالك عدة تعريفات للإدارة الإستراتيجية للدعوة، فقد عرفها محمد حسين أبو صالح بقوله: يمكن تعريف الإدارة الإستراتيجية للدعوة على أنها عملية إدارة الدعوة الإسلامية من حيث تحديد رسالة المنظمة وأهدافها الإستراتيجية ومسارها

---

1. بلال خلف السكارنة: التخطيط الإستراتيجي، ط 1 (عمان - الأردن: دار المسيرة للنشر والتوزيع، 2010م - 1431هـ) ص 397 - 398.

الإستراتيجي واختيار الأنماط الإستراتيجية المناسبة التي يتم من خلالها تحديد الأنشطة والعمليات المطلوب القيام بها على المدى البعيد بما يمكنها من الاستجابة لبيئة المنظمة والمخاطر والمهددات المحلية والإقليمية والدولية ومعالجة نقاط الضعف في المنظمة وتقويم وتدعيم نقاط القوة<sup>(1)</sup>.

### أهمية الإدارة الاستراتيجية:

تعتبر المؤسسات التي تستخدم الإدارة الإستراتيجية متفوقة مقارنة بنظيراتها تلك التي تستخدم الإدارة التقليدية في تسيير شؤونها، وتتمثل أهمية الإدارة الإستراتيجية في:

#### 1. بلورة الرؤية المستقبلية للمؤسسة:

عنصر توقع الأحداث وصياغتها لا يتأتى سوى عبر التخطيط الإستراتيجي الذي لا يتأتى إلا عبر الإدارة الإستراتيجية، فهي التي تعين على استشراف المستقبل عبر التحليل الإستراتيجي الذي يقف على فرص النجاح ومهددات الفشل على مستوى البيئة الخارجية وتتم بذلك القراءة التي تؤدي إلى نجاح المؤسسة.

#### 2. التفاعل على المدى البعيد:

عن طريق الإستراتيجيات التي تنبع من التخطيط الإستراتيجي، فإن الإدارة الإستراتيجية تحقق التفاعل على المدى البعيد بحكم تلك الخطط التي تشمل مديات قريبة ومتوسطة وبعيدة، كل ذلك يتم عن طريق تطبيق الإدارة الإستراتيجية في المؤسسة.

---

1 . علي عيسى عبد الرحمن : [http://www.fikrislamy.net/about\\_us.php](http://www.fikrislamy.net/about_us.php) .

### 3. تحقيق النتائج الأفضل:

أثبتت الدراسات أن المؤسسات التي تطبق الإدارة الإستراتيجية تحقق نجاحاً أكبر من تلك التي لا تطبق الإدارة الإستراتيجية: أثبتت بعض الدراسات البحتة أن هناك علاقة إحصائية إيجابية بين النتائج المرجوة للمنظمة ومدى اهتمامها بالإدارة الإستراتيجية وتحريها دقة اتخاذ القرار الصائب.

### 4. تدعيم المركز التنافسي للمؤسسة:

تساعد الإدارة الإستراتيجية المؤسسات في الاستفادة من مواردها البشرية والمادية والمعنوية وذلك بتوظيفها التوظيف الأمثل من خلال استغلال مواطن القوة وتعزيز مواطن الضعف.

### 5. إحداث التطور:

إن المؤسسات التي تطبق الإدارة الإستراتيجية تتميز بأنها ناجحة بما تحقق من تطور وقدرة تنافسية عالية.

### 6. تحقيق أهداف المؤسسة:

إن الإدارة الإستراتيجية تمكن المؤسسة من تحقيق أهدافها عن طريق تطبيق الخطط الموضوعة للمؤسسة لبلوغ غاياتها المنشودة.

### 7. امتلاك زمام المبادرة:

إن الإدارة الإستراتيجية هي التي تجعل المؤسسة دائماً مبادرة في كل شيء وذلك بما تحدثه من إبداع لا يتوقف على البيئة الخاصة بالمؤسسة فحسب، بل يتجاوزها إلى

البيئة الخارجية للوقوف على القدرة التنافسية وإعداد المؤسسة لهذا التنافس. لقد فطنت المؤسسات الدعوية والمنظمات الإسلامية الأخرى لأهمية الإدارة الإستراتيجية فلجأت إلى تطبيقها في نظم عملها وذلك ما نلاحظه في كبريات المنظمات الإسلامية كمنظمة الدعوة الإسلامية ومنظمة الإتحاد الإسلامي للمنظمات الطلابية ومنظمة المؤتمر الإسلامي ورابطة العالم الإسلامي والاتحاد العالمي لعلماء المسلمين. كل هذه المؤسسات تطبق نظام الإدارة الإستراتيجية في نظم عملها لذلك استطاعت أن تصمد أمام المنظمات المشابهة المعادية والتي تعمل في مجال التنصير<sup>(1)</sup>.

#### مراحل الإدارة الاستراتيجية:

تتكون الإدارة الاستراتيجية من ثلاث مراحل هي:

##### أولاً: مرحلة التصميم:

ويطلق عليها أيضاً مرحلة التخطيط الإستراتيجي وفيها يتم التصميم لما يراد تحقيقه وذلك بوضع رسالة المؤسسة الدعوية وتقييم البيئة الداخلية وذلك عن طريق تحديد نقاط الضعف والقوة في إطار البيئة الداخلية، كما يتم التعامل مع البيئة الخارجية بالوقوف على فرص النجاح ومهددات العجز حيث يتم تحديد الفجوة الإستراتيجية ووضع أهداف طويلة الأمد.

تتطلب هذه المرحلة تجميع المعلومات وتحليلها واتخاذ قرارات بأفضل البدائل المتاحة لاختيارها وتطبيقها.

---

1 . علي عيسى عبد الرحمن : موقع الفكر الإسلامي ، م.س.ذ .

### ثانياً: مرحلة التطبيق:

وتعرف هذه المرحلة أيضاً بمرحلة التنفيذ والتي تعني تنفيذ ما تم التوصل إليه في المرحلة السابقة وتتضمن هذه المرحلة وضع أهداف قصيرة الأجل ورسم السياسات وتخصيص الموارد البشرية والمادية، كما تتطلب هذه المرحلة تهيئة المؤسسة من الداخل ومن تعديل في الهيكل التنظيمي وإعادة توزيع السلطات والمسؤوليات وتحديد خصائص القوى العاملة، وتحتاج هذه المرحلة إلى نظرة عملية وقدرة على تحريك الموارد البشرية والمادية. نجاح هذه المرحلة يحتاج إلى تحقيق التكامل والتعاون بين الأنشطة والوحدات الإدارية المختلفة.

### ثالثاً: مرحلة التقييم:

أهمية هذه المرحلة تتمثل في تقييم الإستراتيجيات ومدى تناسبها مع التغيرات التي تحدث في البيئة الداخلية الخارجية ولتقييم مدى فعالية الخطط ويتطلب ذلك مقارنة النتائج الفعلية بالأهداف المتوقعة حتى نقف على مقدار الانحراف عن الأهداف وتحري عملية التقويم<sup>(1)</sup>.

### الخصائص الأساسية لمرحلة الإدارة الإستراتيجية:

1. لا يمكن البدء في مرحلة قبل الانتهاء من المرحلة السابقة لها.
2. جودة كل مرحلة تتوقف على جودة المرحلة السابقة لها.
3. مراحل الإدارة الإستراتيجية متداخلة ومتكاملة تتأثر كل مرحلة بالتغيير الذي يحدث في المرحلة التي تليها أو تلك التي تسبقها.

---

1 . علي عيسى عبد الرحمن : موقع الفكر الإسلامي ، م . س . ذ .



4. الإدارة الإستراتيجية عملية مستمرة، فرصد التغييرات في البيئة الداخلية والخارجية بصورة دورية.

5. ضرورة تدفق المعلومات وعبرها تقوم المراحل.

#### الاتجاهات الرئيسة لإستراتيجية الدعوة:

لا بد لكل إستراتيجية من غايات تصل إليها عن طريق الأهداف المرسومة، وتتضافر العناصر الإستراتيجية الأخرى من إدارة وتخطيط وتحليل لبلوغ هذه الغايات. الاتجاهات الرئيسة لإستراتيجية الدعوة تعني باتجاهين يمثلان المسار الذي يوصل إلى الغاية، حيث المسار الأول يهتم بالبيئة الداخلية وهي بيئة المسلمين، هذه البيئة التي لا بد من تأمين وبسط قيم الدين فيها، عن طريق الدعوة إلى مكارم الأخلاق والأمر بالمعروف والنهي عن المنكر، فهذا الاتجاه يحتاج إلى جهد دعوي ويمثل أحد اتجاهات الدعوة.

أما الاتجاه الآخر فهو البيئة الدولية حيث أمرنا نحن المسلمين بتبليغ الدعوة الإسلامية إلى العالم غير المسلم وذلك وفق تخطيط إستراتيجي يستهدف هذه البيئة العالمية محلاً لواقعها ولما هو مطلوب لتبليغ رسالة الإسلام إليها، وعن هذين الاتجاهين الرئيسين يقول محمد حسين أبو صالح: إن إستراتيجية الدعوة تسير في اتجاهين هما:

تأمين وتقوية الجبهة الداخلية الإسلامية عبر التنمية الأخلاقية للأفراد. أما الاتجاه الثاني فهو تبليغ الدعوة إلى البيئة الدولية، وبالنظر إلى طبيعة البيئة التي تتعامل معها الدعوة والتحديات التي تواجهها يتضح أن امتلاك القوة الإستراتيجية يشكل

التوجه الرئيس لإستراتيجية الدعوة باعتباره العمود الفقري لنجاح الإستراتيجية، تتشكل القوة الإستراتيجية من خلال امتلاك عناصر القوة في المجالات السياسية والاقتصادية والاجتماعية والعسكري<sup>(1)</sup>.

إن تبليغ الدعوة ميدانه عالمي وما الجهود القطرية إلا لتصب في الجهد العالمي فهو الميدان المقصود وإليه تنتهي غايات الدعوة: إن بلورة الرؤية الإستراتيجية الإسلامية - الرؤية العالمية - لا يمكن التوصل إليها إلا في حالة وجود رؤى إستراتيجية على مستوى الدول، وهذا يعني أن العمل على المستوى المحلي الذي يقود إلى بلورة الرؤية الإستراتيجية على مستوى الأقطار وبالتالي وحدة الأمة المسلمة في القطر المعين هو المدخل للرؤية العالمية التي ستعني حينها وحدة الأمة الإسلامية تجاه قضاياها الإستراتيجية ووحدة مشاعرها.

ويضيف محمد حسين أبو صالح: إن وجود ووضوح الرؤية الإستراتيجية الإسلامية العالمية والتوحد حولها في ظل امتلاك القوة الإستراتيجية هو السبيل ليس لإفشال المخططات الإستراتيجية الصليبية وحسب بل وأيضاً العبور فوق ذلك نحو تحقيق مفهوم إستراتيجية الدعوة الإسلامية ووصولها إلى كافة بقاع العالم<sup>(2)</sup>.

---

1 . محمد حسين أبو صالح ،م.د.

2. محمد حسين أبو صالح: التخطيط الاستراتيجي القومي.

## المبحث الثاني

### الإعلام الدعوي وقطاع العاملين بالأوقاف

يرى الباحث أن هدف الإعلام الاستراتيجي للاتصال يقوم - على: مرسل، و مستقبل، و رسالة، و هدف، و وسيله، و الهدف من القيام بتوجيه رسالة من المرسل الداعية الإسلامي في المستقبل الجمهور باستخدام وسيلة من وسائل الاتصال لإيصال ما يريده المرسل إلى جمهوره المستقبل بلغة مفهومة ومختصرة بدون تكلف ولا تصنع مع التركيز على الهدف من إيصال الرسالة - على المستوى الإعلامي الديني أو السياسي أو الأدبي أو الاجتماعي أو الاقتصادي أو عمل رابط للرسالة بتاريخ العظماء الساسة و الدعاة و المفكرين المخلصين ليكون أبلغ في تأثيره على كافة المستويات ليستفيد منها كل الجمهور الذي يتم التواصل معه محلياً و إقليمياً أو دولياً و عدم ترك الجمهور العربي الإسلامي فريسة في يد الغرب لبيث إعلامه وفق أجندة تجعل من المستقبل رهينة فكر مناهض للإسلام و فكره و عقيدته و عاداته و تقاليده كما حصل مع الليبراليين من تشربهم و نهلهم علوم غربية جعلت منهم فزاعة لأبواق صانعي القرار و المتنفيذين سياسياً و عسكرياً بدل أن يتشربوا و ينهلوا من فكر الإسلام و إعلامه الدعوي ليقفوا مدافعين عن أبناء جلدتهم على كافة المستويات و الأصعدة وهذا ملاحظ عبر الإعلام المرئي و المسموع و المقروء بما يسمون بالانقلابين في دول (الربيع العربي)، (الربيع الدموي) و ما نشاهده من تعاملات مخزية و بما تقوم به الأنظمة من محاكمات بالصاق تهم لبعض المخلصين من أبناء الأمة دون أن تأخذهم رحمة في المؤمنين الموحدين و عرفنا كيف تم تشكيل إعلام و رأي

عالمي مزيف ليقتنعوا الجمهور الغربي و العربي بأنهم أفضل من غيرهم، و الحق فيما يكون عليه الإعلام و الداعية لإبراز ما يجب أن يكون من تحليل للواقع و فهم للآخر و عرض للثقافة الاسلامية و قضاياها على أكثر من صعيد، و حشد الطاقات المكنونة للتواصل دعوياً وإعلامياً لعدد كبير من الجمهور المستقبل كي يعرف شريعة الإسلام و كيف وصلت إلى أنحاء متفرقة من العالم من لدن نبي الله.

و هذا يعني بأن المفهوم الاستراتيجي للاتصال الإعلامي يقوم كما يقول محمد حسين أبو صالح على:

مرسل ذو قدرات استراتيجية و تفكير استراتيجي ينطلق من منظور عالمي و ليس محلي.

وسيلة تتناسب مع البيئة الدولية من حيث مواصفات الإرسال و من حيث نطاق الإرسال الذي يجب أن يكون عالمياً.

رسالة تراعي التباين في البيئة الدولية بما في ذلك مستوى التقنيات و التطور الحضاري و القوانين و النظم، بعد ان كانت في المفهوم البسيط تتعامل مع بيئة بسيطة.

مستقبل عالمي متباين من حيث الأديان و الثقافات و العادات و التقاليد و الأعراف و السلوك الاجتماعي و اللغات و اللهجات الخ... بعد أن كان الإرسال موجهاً إلى مستقبلين موحدين إلى حد كبير من حيث التركيبة الاجتماعية و الثقافية و الدينية و اللغات المستخدمة وما إلى ذلك...<sup>(1)</sup>

---

1. محمد حسين أبو صالح: التخطيط الاستراتيجي القومي.

## و أما استراتيجية الإعلام الدعوي:

الداعية الحريص الفطن يحتاج إلى وضع خطة استراتيجية لدعوته حتى تصل إلى عقل الجمهور المستقبل بدون عناء و لا تعب، و الإعلام جزء لا يتجزأ من الدعوة والداعية فلا بد من توفر أصحاب الخبرة العلمية و العملية من علماء و مفكرين و قادة ودعاة وإعلاميين بعقد مؤتمر إعلامي دعوي يضع النقاط على الحروف برسم خارطة طريق لإستراتيجية صحيحة تبقى متماشية مع فكر الجمهور المستقبل ويتجدد كلما ظهرت عوامل و ظروف تجعل تعديل أو إضافة على بنود الخطة كي يبقى الإعلام الدعوي صلباً قادراً على محاكاة الأجيال عبر سنين متواصلة، من عقد ندوات و محاضرات و لقاءات على هامش المناسبات الدينية عبر كافة وسائل الاتصال المباشر من فضائيات وإذاعة و تلفزيون، ورسائل نصية، و facebook، و twitter، youtube، و skype وغيرها، ليسهل التواصل مع الجمهور المستقبل في كافة الأوقات و المناسبات، و الرجوع إلى الرسائل النصية و المواقع الإلكترونية للاستفادة منها من أحكام في الشريعة، و فتاوى، و آداب، و إرشادات، و تذكير بالمناسبات الدينية، و توجيهات و نصائح لجميع الأعمار و غيرها مما يعد وسيلة صالحة مفيدة للجمهور المستقبل و هناك عناصر خمسة أساسية للإعلام الإستراتيجي كما ذكرها محمد حسين أبو صالح و هي:

تحديد المداخل الإعلامية المناسبة.

التراكبات المعلوماتية المنظمة.

الإرسال الإستراتيجي الذي يصل إلى الجمهور المستهدف.

اللغة المناسبة.

الجودة العالمية<sup>(1)</sup>.

بالتواصل معه إقليمياً و مؤثراً فاعلاً لتكوين رأي عامي كما ذكر محمد حسين أبو صالح من خلال: بلورة أهداف استراتيجية يتم من خلالها تحقيق بناء فكري أساسي أو أحداث تغييرات فكرية أساسية و ذلك من خلال استيفاء العناصر الأساسية الخمسة:

تحديد المداخل الإعلامية المناسبة و التراكمات المعلوماتية المنظمة، الإرسال الإستراتيجي الذي يصل للجمهور المستهدف، بلغته، و بالجودة العلمية، ذلك بغرض مواجهة التحديات على البيئة المحلية و الاقليمية و العالمية، و يتضمن تحقيق القدرات التنافسية الإعلامية العالمية<sup>(2)</sup>.

---

1. محمد حسين أبو صالح: التخطيط الاستراتيجي القومي

[www.strateg.sd/strmedia.html](http://www.strateg.sd/strmedia.html), (2/4)

2. محمد حسين أبو صالح: التخطيط الاستراتيجي القومي،

[www.strateg.sd/strmedia.html](http://www.strateg.sd/strmedia.html), (2/4)

أما مفاهيم الإعلام فهي كما يراها منتصر حاتم:

أولاً: مفهوم تبعية الإعلام للدولة: نشأت عام (1450 هـ) عندما اخترع العالم الألماني آلة الطباعة فنشأت فكرة أن يقوم الإعلام أو تنشأ الصحافة لكي تدعم أو تؤيد الدولة أو السلطة.

ونفترض ألا تقوم وسائل الإعلام في تحدي الدولة، وقد نادى بذلك فلاسفة ذلك العصر "هوبز وميكافيلي وهيغل وماركس".

ثانياً: المفهوم الغربي: ويرى أن لوسائل الإعلام الحق أن تكتب أو تقول ما تشاء دون أن تخشى التهديد بالانتقام من قبل السلطة، ومن دعاة ذلك: "جون بلتون وجون لوك وتوماس جيفرسون".

ثالثاً: مفهوم المسؤولية الاجتماعية: وهو معدل للمفهوم الغربي (حرية الإعلام) ويعني أن على وسائل الإعلام واجبات والتزامات واضحة وصريحة لخدمة الجماهير تعلو فوق جميع المآل والكسب وظهرت هذه النظرية أو المفهوم للعوامل التالية:

- (1) الثورة التكنولوجية والصناعية في بداية القرن العشرين.
- (2) النقد المرير والموجه لوسائل الإعلام عندما أصبحت عامل ضغط للحكومات مما أعاقها عن العمل الاجتماعي الواجب.
- (3) الجو الفكري الجديد (حرية الإعلام) وضرره وخطورته.
- (4) إرساء قواعد المهنة الصحفية أو الإعلامية.
- (5) التطور التكنولوجي.

6) زيادة التعليم.

والمسؤولية تقوم على ما يلي:

1) الحفاظ على النظام السياسي القائم.

2) صيانة مصالح الأفراد والجماعات.

3) خدمة النشاط الاقتصادي.

4) تقديم الأخبار والبرامج وأنواع الترويج والتسلية.

رابعاً: مفهوم الملكية الشاملة: النظرية السوفييتية أو المفهوم الماركسي، وهو ملكية الدولة لسائر أجهزة الإعلام ووسائله المقروء والمسموعة والمرئية.

خامساً: المفهوم النخبوي: وله قاداته ومؤسسه مثل "شرام ودانيال ليرنو ولوسيان باي" وهم منتسبون إلى الفكر الإعلامي الفردي، وهم جيل وسائل الاتصال الجماهيري إذاعة، تلفزيون والتي لها أهمية في تحقيق التكامل القومي والتنمية الاقتصادية في البلدان النامية.

وهؤلاء ينادون أن تكون وسائل الإعلام تابعة للحكومات، لتساهم في عملية التنمية المناطة بالحكومات والدول، ويعد هذا المفهوم للإعلام أحد البدائل الأيديولوجية التي نادت بها كثير من دول العالم الثالث من خلال منظمة اليونسكو التي عقدت ندوة بهذا الخصوص.

والآن تدور رحى حروب وحوار بين المفهوم الغربي والمفهوم النخبوي، ولعل الانفتاح وتوفر وسائل المساهمة في وسائل الاتصال والإعلام سيقود ذلك إلى التفاهم الدولي والتقارب النفسي والفكري بين الشعوب.



سادساً: المفهوم الإسلامي: بالرغم من انتشار وتداول هذا المفهوم إلا أن مفهومه ومعناه ومحتواه غير واضحين ويكتنفها بعض التشويش، وهل يدخل تحت المفاهيم الخمسة السابقة؟

وفي رأي كثير من المختصين في هذا المجال أن عدم الاهتمام بالجانب الفني والتكنولوجي لهذه الوسائل الإعلامية وما يلزم لها من التدريب والممارسة يعتبر سبباً في عدم المساهمة في توضيح وتجلية المفهوم الإسلامي.

ومن الذين لهم دور في بيان ذلك "محمود كرم سليمان" في كتابه "التخطيط الإعلامي في ضوء الإسلام" سنة 1409 هـ<sup>(1)</sup>.

وقد ذكرت المصادر الإسلامية عدة مفاهيم منها:

الإعلام الديني الذي يهدف إلى تزويد الجماهير بصفة عامة بحقائق الدين الإسلامي المستمدة من الكتاب والسنة بصورة مباشرة أو غير مباشرة من خلال وسيلة إعلامية دينية متخصصة.

الإعلام الإسلامي هو أسلوب عصرنا الحديث لتبليغ رسالة الإعلام في مفهوم المصطلح القرآني الدعوة إلى الله أو النذارة أو البشارة.

ويرى منتصر حاتم أن الإعلام الإسلامي بحاجة إلى استفادة من المفاهيم الخمسة السابقة، ولكن لا بد من ضبطه بضوابط:

أن تكون الوسيلة ليست مخالفة للأصول الشرعية والثوابت المرعية، وأن يكون مساهماً في العملية التنموية الاجتماعية والتعليمية في المجتمع الإسلامي ويمكن ربطه

---

1 . منتصر حاتم أيديولوجيات العالم الإسلامي ، م.س.ذ، ص 26 - 27 .

بالفكر الإسلامي المعاصر، ويمكن أن يكون الإعلام الإسلامي عبر قنوات ووسائل خاصة إسلامية محصنة، أو عبر وسائل الاتصال الإعلامية التابعة لجهات محايدة ولو كان فيها مخالقات إسلامية فالهم أن تصل الدعوة والرسالة والمساهمة في تنمية المجتمعات الإسلامية كما هو أسلوب ومنهج النبي صلى الله عليه وسلم، يعرف ذلك من اطلع على سيرته وهديه في الكتب والموسوعات الخاصة بذلك.

بذلك لا بد للدعاة إلى الله عز وجل من تدريب كفاءات إسلامية وإعدادهم للمساهمة في ذلك، وإعطائهم المنهج في التعامل مع تكنولوجيا الاتصال الحديثة، والتركيز على القاعدة الكبيرة في الإسلام وهي مراعاة المصالح والمفاسد والمقاصد العامة في الإسلام<sup>(1)</sup>.

### مفهوم الأهداف الإستراتيجية:

هي النتائج النهائية المرغوبة من ممارسة الأنشطة المخططة أو إتباع الإستراتيجيات المطبقة، وتحدد الأهداف ما الذي يجب إنجازه ومتى؟ كما يجب التعبير عنها في صورة كمية وتختلف عن الغايات بأن الغاية هي عبارة عامة لما ترغب المنظمة في تحقيقه دون أن يكون محدداً بإطار زمني أو أن يتم التعبير عنه كمياً.

### الأهداف:

هي النتائج المطلوب تحقيقها لترجمة مهام المنظمة ورسالتها إلى واقع عملي وتتسم بالتحديد الدقيق وإمكانية القياس والميل إلى التفصيل، وتتميز الأهداف بكونها تعكس:

---

1 . مختصر حاتم: المرجع السابق، ص 28-29 .

حالة أو وضع مرغوب فيه.

وسيلة لقياس التقدم تجاه الوضع المرغوب.

نتيجة يمكن تحقيقها.

إطار زمني يمكن من خلاله تحقيق الأهداف المنشودة.

والخلاصة: أن الغايات أهدافاً عامة شاملة ترمي المنظمة إلى تحقيقها على المدى البعيد وتتسم بالعمومية والشمول، ولهذا فهي ترتبط ارتباطاً وثيقاً بالتخطيط الإستراتيجي.

**أما العوامل المؤثرة في تحديد الأهداف:**

المؤثرات الخارجية: (القيم الاجتماعية - مجموعات الضغط - التشريعات الحكومية).

طبيعة النشاط: (الموقف السوقي - نوعية المنتجات - التكنولوجيا).

الثقافة التنظيمية: (التاريخ والتطور - النموذج القيادي والإداري - الهيكل والأنظمة).

الأفراد والمجموعات: (توقعات أصحاب المصالح مثل العملاء والعاملين والملاك - النقابات وجماعات الائتلاف).

**أما شروط الأهداف:**

الارتباط بالرسالة والرؤية المستقبلية.

العملية والواقعية.

التحدي.

القابلية للقياس.

الجدولة الزمنية.

التوازن.

المساءلة الشمولية.

التدرج.<sup>(1)</sup>

### أنواع الأهداف الإستراتيجية:

#### أهداف إستراتيجية (طويلة الأجل):

تصاغ بشكل عام وشامل حول النتائج الكلية المطلوب تحقيقها.

تضعها الإدارة العليا على مستوى المنظمة ككل.

طويلة الأجل وغير محددة النهاية.

#### أهداف تكتيكية (متوسطة الأجل):

تصاغ على مستوى القطاعات / الإدارات.

متوسطة الأجل ولها نهايات محددة.

أكثر تحديداً من الأهداف الإستراتيجية وتشتق منها.

تمثل الوسائل التي من خلالها تتحقق الأهداف الإستراتيجية.

#### أهداف تشغيلية (قصيرة الأجل):

تصاغ على مستوى الأقسام والوحدات والأفراد.

أكثر تفصيلاً وتحديداً من الأهداف التكتيكية وتشتق منها.

---

1 . بلال السكارنة : التخطيط الاستراتيجي ، م.س.ذ ، ص 233 - 236 .

قصيرة الأجل وتمثل وسائل وأساليب تحقيق الأهداف التكتيكية.

ويوجد تصنيفات أخرى للأهداف:

#### 1. الأهداف الرئيسية والأهداف الفرعية:

الأهداف الرئيسية: تمثل تلك الأهداف التي لا تحتاج إلى التدليل على سبب وجودها بل اكتفى بذكرها للتدليل عليها، وذلك مثل هدف تحقيق الانتشار الأفقي والرأسي.

الأهداف الفرعية: تمثل أهدافاً ذات طبيعة وثيقة ولها أهمية كبيرة في سبيل تحقيق الأهداف الرئيسية، وذلك مثل هدف "تحقيق كمية انتشار معينة في الشهر".

#### الأهداف المعلنة والأهداف الواقعية:

الأهداف المعلنة: وتمثل الأهداف المنشورة للجمهور من خلال تقارير وتصريحات بما يهم الجماعات وقوى التأثير الخارجية، كما تهتم الإدارة العليا

في علاقتها بالعاملين وذلك مثل هدف المسؤولية الاجتماعية تجاه المجتمع.

الأهداف الواقعية: وتمثل الأهداف التشغيلية والعملية اللازمة لإدارة العمليات داخل المنظمة بما يهم إدارة الأعمال.

#### الأهداف الفردية والأهداف التنظيمية:

الأهداف على المستوى الفردي: لكل فرد مجموعة فريدة من الأهداف المميزة والمحددة، ويمكن الاستعانة بنموذج تدرج الحاجات لـ(مازلو) في التعرف على الأهداف التي يسعى الفرد لتحقيقها، حيث يحدد كل فرد في كل مستوى من تلك المستويات إلى عدة أهداف يسعى إليها.

الأهداف على المستوى التنظيمي: هناك اختلاف حول تصنيفات الأهداف التي يجب أن تسعى المنظمة إلى تحقيقها وفي هذا الصدد نجد أن (بيتر دراكر) قد اقترح الأهداف التالية لمنظمات الأعمال:

الموقف من الانتشار.

الإبداع والتجديد.

الإنتاجية.

الموارد المالية والمادية.

الإنجاز الإداري والتطوير.

الربحية.

إنجاز العاملين واتجاهاتهم.

المسؤولية العامة.

والأهداف الإستراتيجية تتسم بالخصائص التالية:

إبراز الجوانب المالية وغير المالية.

وجود العديد من الأهداف والتي قد لا تكون متسقة مع بعضها البعض.

حتى يمكن الوصول للأهداف فلا بد من توسيع الأهداف، فوضع الأهداف التي

تطالب بمجهود أكبر تجعل المنظمة تحاول أن تبذل أقصى جهود ممكنة.

ولا يعني ذلك أن الأهداف يجب أن تكون غير واقعية حتى لا تؤدي إلى إلحاق الضرر

بالمنظمة، لأن الهدف الذي لا يمكن الوصول إليه تتجاهله المنظمة.

## أهمية وضع الأهداف الإستراتيجية:

هناك عدة نواحٍ تبرر لنا ضرورة وضع الأهداف من أهمها:

1. تعد الأهداف من أهم عناصر التخطيط.
2. تعد الأهداف مرشداً لاتخاذ القرارات.
3. تساعد الأهداف في المستويات العليا على وضع الأهداف في المستويات التي تليها.
4. يساهم وضع الأهداف في تحديد مراكز المسؤولية.
5. تساهم الأهداف في تفويض السلطة.
6. تساهم الأهداف في بيان نوعية العلاقات السائدة بالمنظمة وعلاقتها ببيئتها.
7. تساهم الأهداف في وضع المعايير والمقاييس.

الاعتبارات الواجب مراعاتها عند وضع الأهداف على النحو التالي:

1. القابلية للقياس الكمي.
  2. الوضوح والبساطة والقابلية للفهم.
  3. الموضوعية والواقعية.
  4. الارتباط بعنصر الزمن<sup>(1)</sup>.
- ويرى الباحث أن خطة تنمية قطاع الدعاة والعاملين في وزارة الأوقاف والشؤون والمقدسات الإسلامية في الأردن تتمثل في الجدول التالي:

---

1 . بلال خلف السكارنة: التخطيط الإستراتيجي، م. س. ذ، ص 236 – 245 .

| التحديات والمشاكل   | الأهداف   | السياسات والإجراءات  | المشاريع   |
|---|---|--|--|
| 1- تدني مستويات الاعتماد وضبط الجودة.   | 1- تشجيع ودعم البحث العلمي ورفع مستواه.   | 1- اعتماد والتعيين والقبول حسب الكفاءات والخبرة.                             | 1- مشروع تطوير البحث العلمي والكوادر المتخصصة.   |
| 2- عدم وجود نظام مقايضة لحريجي الجامعات والكليات.   | 2- وضع آلية مناسبة للمواءمة بين الموظفين الأردنيين وسبل تطوير الإعلام الدعوي من قبل الدعاة. | 2- الموازنة بين رغبات الطلبة المتخرجين ومجال التعيين والعمل ضمن مناطقهم.     | 2- تطوير مشروع عملية الاعتماد.   |
| 3- ضعف مستوى الشفافية والمسائلة في إدارة القطاع.  | 3- مراعاة تأمين التمويل اللازم للإعلام الدعوي ونشر رسالته.                                  | 3- إعداد الخريجين من الطلبة الإعلاميين الدعويين للنهوض بالدعوة.              | 3- إنشاء معهد لتدريب الدعاة والإعلاميين للنهوض بالدعوة   |
| 4- ضعف قدرات موظفي الإدارة وغياب آليات التطوير والتحديث.                                      | 4- مواكبة التطورات الجديدة في إيصال الرسالة الإعلامية الدعوية وتفعيلها                      | 4- إنشاء مراكز التطوير أداء الإعلاميين الدعويين.                             | 4- مشروع تكنولوجيا المعلومات والاتصالات في المديرية الموزعة على المملكة.                         |
| 5- غياب آلية مؤسسة للبحث العلمي في القطاع.  | 5- وضع شراكة حقيقية بين أساتذة الجامعات المتخصصين وبين الإعلاميين الدعويين "خطباء ومدرسين". | 5- إنشاء صناديق لدعم الإعلاميين الدعاة لتسهيل تنقلهم بين مدن المملكة.        | 5- مشاريع مستوى مخرجات نظام الإعلام الدعوي.  |
| 6- ضعف مشاركة أساتذة الجامعات المتخصصين في صياغة وإعداد سياسات وبرامج ومفاهيم للإعلام الدعوي. | 6- توفير البيئة المناسبة الداعمة للإبداع والتميز.   | 6- تحديث برامج الدعوة والإعلام بخطط إستراتيجية للمدى البعيد.                 | 6- مشروع دعم الحوسبة من قبل الوزارة لموظفي الكوادر الإعلامي الدعوي وخاصة ما يتعلق بالصحة وغيرها. |
| 7- ضعف الجانب التمويني لقيام بأعباء الدعوة.   | 7- إعداد كوادر مؤهلة متخصصة في حقول المعرفة المختلفة.                                       | 7- تحديث مكاتب الأوقاف حسب الخبرة والمؤهل ودعم سياسة الإعلام الدعوي.         |  |
| 8- ضعف التناغم ما بين الإعلام الدعوي والدعاة وبين الجمهور المتلقي.                            |   | 8- إنشاء هيئة عليا للبحث العلمي الدعوي.                                      |  |
| 9- عدم تلاؤم التوظيف في القطاع ومتطلبات الرسالة الإعلامية الدعوية.                            |   | 9- إنشاء مراكز للتميز في كل دائرة.   |  |
|   |   | 10- تهئية الكوادر البحثية التي تتمتع بالكفاءة العلمية لتطوير الإعلام الدعوي. |  |

(1)

1. تخطيط الباحث وتصميمه بتصرف .



## المبحث الثالث

### خطط المسار الاستراتيجي للإعلام الدعوي

يرى الباحث بأن خطة المسار الإستراتيجي للإعلام تعتبر من أهم الوسائل التي يتم من خلالها تحقيق كثير من الأهداف التي يرسمها الدعاة الإعلاميون في دعوتهم للجمهور المستقبل بما ينسجم مع مطلوبات و أنشطة الإنفاق الحكومي- فمثلا في المملكة الأردنية الهاشمية يتم ذلك عن طريق وزارة الأوقاف و الشؤون و المقدسات الاسلامية بتنسيق مع الأئمة و الخطباء و للدعاة و وضع خارطة و برنامج وطني متكامل و اختيار بعضاً منهم في جولات ميدانية تستغرق أياماً سواء كان في شمال المملكة أو جنوبها أو شرقها أو الأغوار الشمالية أو الجنوبية، يتم من خلالها النهوض بمستوى الدعوة وذلك بقيام هذه المجموعة بالاتفاق حسب أوقات الصلاة لإعطاء دروس و مواظ و ربطها مع الحاضر و الواقع، وتحفيز الجمهور في تلك المناطق بوضع برنامج على أبواب المساجد لإعلام الجمهور بموعد الدروس التي سوف يتم إعطاؤها للحاضرين، والقيام بزيارات ميدانية من قبل بعض العلماء و مشايخ من دائرة الإفتاء بمجالسهم وإعطاء المحاضرات و مناقشة أوضاعهم وأوضاع المسلمين، ووضع حلول لمشاكلهم اليومية سواء على المستوى الديني أو التعليمي أو الاجتماعي أو الاقتصادي إلخ....، مما يعين أهل تلك المناطق على فهم طبيعة الحياة و ربط حياتهم مع الواقع و ذلك من خلال الزيارات الميدانية يشرف عليها مسؤولون من وزارة الأوقاف لدعم مسيرة الإعلام الدعوي الديني مستمعين لما يعايناه أهل تلك المناطق النائية من ضعف في الوعظ والإرشاد، وشوقهم للقاء الوعاظ

والمرشدين والدعاة والعلماء العاملين، وكما رأيت في إحدى الجولات التي خرجت فيها مع الموظفين من وزارة الأوقاف أئمة ووعاظ وعلماء ودعاة وبعد التعرف على ما يعانيه الجمهور في تلك المناطق من ضعف للموارد وقصور في توفر العلماء العاملين وقلة المواعظ، فقد قام وزير الأوقاف ومعه مساعدوه من الوزارة مشكورين ببيان أهمية الدعوة وإيصالها إلى أنحاء مختلفة من المملكة ليتمكن الناس الجمهور من التقارب مع الدعاة والأئمة والعلماء دينياً وأخلاقياً ووعودهم بإتمام المسيرة مرات ومرات بلقاء متكرر حتى لا يكونوا فريسة للمبشرين الغربيين، كما وقاموا بتوزيع المساعدات العينية والنقدية ودعم المشاريع في حفل يضم الكثير من أبناء المناطق غور الصافي، حيث ظهرت عليهم ملامح الفرح والسرور.

إن خارطة المسار الإستراتيجي تحدد المصالح الوطنية الإستراتيجية كما تحدد نقاط الضعف والمهددات التي تعترض تحقيق تلك المعالم<sup>(1)</sup>.

وهناك خطوات للإعلام الإستراتيجي أوسع من ذلك لها أثر كبير في جعل الإعلام والدعاة ينهجون طريقاً محدداً يصلح إلى أمد بعيد مادام أن هناك رؤى متكاملة الأهداف يقوم بها الدعاة وأعلام الفكر بالتنسيق مع بعضهم البعض على المستوى الإقليمي والدولي ليتم التوافق على خطى مدروسة ومميزة لا يشوبها ولا يعتريها ضعف، تصلح للأجيال المتعاقبة جمعاء، ويتقبلها الجمهور المستقبل ويناقشها

---

1. محمد حسين أبو صالح: التخطيط الاستراتيجي القومي.

بدون عناء، ويتعرف على كل ما يصلح له من أمور العقيدة والفكر والدعوة. ولذلك نجد محمد حسين أبو صالح يضع خطوات للإعلام الإستراتيجي تتمثل:-

تحليل ودراسة البيئة الداخلية ويشمل ذلك:

دراسة الإستراتيجية القومية للتعرف على المصالح الإستراتيجية الوطنية ونقاط الضعف والقوة والفرص والمهددات والقضايا الإستراتيجية على المستوى العام.

دراسة الإستراتيجية الاقتصادية للتعرف على المصالح الاقتصادية الوطنية المطلوب توفير السند الإعلامي لها.

دراسة الإستراتيجية السياسية للتعرف على المصالح السياسية المطلوب توفير السند الإعلامي لها.

دراسة الإستراتيجية الاجتماعية للتعرف على المصالح الاجتماعية المطلوب توفير السند الإعلامي لها.

دراسة الإستراتيجية العلمية والتقنية والعسكرية للتعرف على المصالح الوطنية في هذه الجوانب المطلوب توفير السند الإعلامي لها.

دراسة الإستراتيجيات الفرعية للتعرف على نقاط الضعف المطلوب علاجها والمهددات المطلوب التعامل معها بجانب التعرف على القضايا الإستراتيجية للإستراتيجيات الفرعية.

دراسة طبيعة التغيير الإستراتيجي المطلوب إنجازه عبر الإعلام.

التعرف على البيئة الخارجية من منظور إعلامي كما يلي:-

من منظور الفرص والمهددات والتحديات والقضايا الإستراتيجية والتطوير العلمي والتقني.

من المنظور الاقتصادي: النظام الاقتصادي العالمي، النظم والسياسات والأوضاع الاقتصادية العالمية، الإستراتيجيات الاقتصادية العالمية.

من المنظور السياسي: النظام السياسي العالمي، الإستراتيجيات الرئيسية، دراسة القوة الإستراتيجية وعناصرها ومرتكزاتها.

من المنظور القانوني: الأوضاع القانونية الدولية والمعاهدات والاتفاقيات.

من المنظور السلوكي النفسي.

من المنظور التاريخي.

اختيار الإستراتيجيات.

تنفيذ الإستراتيجية.

التغيير الإستراتيجي.

المتابعة والتقييم والتقويم<sup>(1)</sup>.

كما أن التخطيط السليم يوفر الوقت والجهد والمال للقيام بالأنشطة المطلوب أدائها لتحقيق أفضل النتائج وخاصة إذا كان هناك تنسيق مابين المخطط والداعية والمفكر والإداري والسياسي في كافة المجالات لأنه يؤدي إلى زيادة الكفاءات المطلوبة والفاعلة على كافة المستويات، وكما يرى بلال السكارنة أن: التخطيط نشاط فردي

---

1. محمد حسين أبو صالح: التخطيط الاستراتيجي القومي، (2/4)، م.س.ذ.

يعتمد إلى حد كبير على اعتبارات مثل الخصائص المميزة للمنظمة، ورغبات أعضاء الإدارة العليا، والظروف المعنية خارج المنظمة والتي تؤثر على عملياته، والشخص أو الأشخاص الذين يقومون بأداء وظيفة التخطيط وبالرغم من هذه الاعتبارات فإن معظم العمل التخطيطي يتميز بخطوات أساسية معينة وهي:

1\_ تحديد الأهداف.

2\_ وضع الفروض التخطيطية.

3\_ تحديد البدائل.

4\_ تقييم البدائل.

5\_ الاختيار.

6\_ تكوين الخطط المشتقة<sup>(1)</sup>.

#### أساليب التخطيط:

يعتبر الأسلوب العقلاني من أهم الأساليب التي يمكن استخدامها في عمليات التخطيط المختلفة، نظراً لما يمتاز به من خصائص تنسجم مع طبيعة وجوهر عملية التخطيط من جهة ومع التقنيات والأدوات التي يمكن توظيفها في مجالات التخطيط من جهة أخرى.

والأسلوب العقلاني: يعني مجموعة من الخطوات الإجرائية والمرحلية المترابطة والمتسلسلة التي تحمل في أحشائها معاني التكامل والشمول وتسعى لتحقيق أهداف

---

1. بلال خلف السكارنة : التخطيط الاستراتيجي، م. س. ذ، ص 45 - 46 .

منشودة ومرغوبة بأقل كلفة وجهد وزمن خلال فترة زمنية معينة. ولكي يتحقق ذلك فقد اعتمد الأسلوب العقلاني على النظام أو المنظومة كإطار لتحليل المشكلات وفهم وتحديد أسبابها وأبعادها وعناصرها والعلاقات والتفاعلات بين هذه العناصر وما ينجم عن ذلك من آثار سلبية وموجبة وهو بذلك أسلوب من أساليب التخطيط المتكاملة والشاملة والكلية.

وهو أسلوب تحليل النظم أو المنظومات.

والتخطيط العقلاني في حالة بناء السيناريوهات يتعامل مع أي مشكلة أو قضية على أساس أنها نظام أو منظومة متكاملة ومن ثم يجري تحليلها من خلال مرحلتين رئيسيتين هما:

#### أ) مرحلة تحليل المنظومة (المشكلة أو القضية):

وهنا يستخدم الأسلوب الاستنباطي أو الاستنتاجي، حيث يتم تجزئة الأفكار والحقائق العامة والكلية والخاصة بالمشكلة إلى أفكار وحقائق جزئية وهذا يعني أن نبدأ من الكلّيات وصولاً إلى الجزئيات أو من العام إلى الخاص.

#### ب) مرحلة تركيب أو إعادة بناء المنظومة (المشكلة أو القضية):

يستخدم في هذه المرحلة الأسلوب الاستقرائي حيث يتم توليف وإعادة تركيب مجموعة الحقائق والأفكار الجزئية للخروج منها أو حقيقة كلية أو عامة، إن هذه المرحلة تبدأ من الجزئيات نحو الكلّيات أو من الخاص إلى العام.<sup>(1)</sup>

---

1. عثمان محمد غنيم: الاتجاهات الحديثة في التخطيط ، ط2، (عمان - الأردن : مؤسسة تسنيم ، 2008م)، ص 97.

ويعني أن الهيكل العام لهذه المنظمة يتكون من بيئتين رئيسيتين هما:

#### (أ) البيئة الخارجية للمنظومة / المشكلة:

وهذه تمثل البيئة أو المحيط الخارجي الذي يعمل فيه النظام أو يتواجد فيه ويؤثر ويتأثر به ولكن مكونات هذه البيئة تقع خارج سيطرة النظام.

#### (ب) البيئة الداخلية للنظام / المشكلة:

تتكون هذه البيئة من ثلاثة مكونات رئيسية كالتالي:

##### مدخلات المنظومة:

تأتي هذه المدخلات من البيئة الخارجية، وتأخذ شكل مدخلات مادية (Input) أو مدخلات غير مادية (Incomes).

التفاعلات: ويقصد بها أشكال التعامل والعمليات التحويلية (Transformation) التي تحدث للمدخلات داخل النظام.

مخرجات النظام: وهي نواتج النظام والتي عادة ما ترتبط كمياً ونوعاً بأهداف النظام نفسه وهنا يمكن التمييز بين مخرجات مادية (Output) ومخرجات غير مادية (Outcomes)، كذلك يمكن التمييز بين مخرجات نهائية تشكل مدخلات للبيئة الخارجية للنظام ومخرجات راجعة تعود مرة أخرى إلى النظام نفسه على شكل مدخلات<sup>(1)</sup>.

---

1 . عثمان محمد غنيم : المرجع السابق ، ص 103 - 104 .

منهجية أسلوب التخطيط العقلائي: يتكون أسلوب التخطيط العقلائي من مجموعة من الخطوات الإجرائية المتسلسلة والمتراصة كما يأتي:

تحديد وتعريف المشكلة أو القضية البحثية الرئيسة.

وصف المشكلة أو القضية على شكل منظومة أو نظام رئيسي وتحديد مدخلاته من العناصر أو النظم الفرعية الأخرى.

جمع البيانات عن المنظومة أو النظام الرئيسي (المشكلة أو القضية البحثية) والبيئة أو المحيط الخارجي الذي تتحرك في إطاره.

تحليل النظام (المشكلة الرئيسية) لتحديد أسباب المشكلة وتحديد التعديلات التي ينبغي إجرائها على عناصر النظام لوضع حلّ للمشكلة.

تطوير أو اشتقاق منظومات بديلة للمنظومة الحالية تساعد في تقديم حلّ للمشكلة قيد الدراسة.

اختيار المنظومة المثلى أو أنسب منظومة لحلّ المشكلة.

تنفيذ وتجربة المنظومة التي وقع عليها الاختيار لتقرير استمرار الأخذ بها أو تعديلها لحلّ المشكلة.

استخدامات الأسلوب العقلائي: يمكن استخدام الأسلوب العقلائي بشكل كبير في عمليات التخطيط البنيوي لإجراء تغييرات هيكلية وجذرية في الجوانب الاقتصادية المختلفة، كذلك يمكن استخدام الأسلوب العقلائي كتخطيط علاجي من أجل وضع حلول لكثير من المشكلات الاقتصادية والاجتماعية المراد دراستها وحلها،



وأيضاً يمكن أن يستخدم هذا الأسلوب في مجال الوقائي للحيلولة دون وقوع مشكلات اقتصادية أو اجتماعية أو بيئية معينة، وبالتالي فإن الأسلوب العقلاني يمكن أن يساعدنا في مجال التخطيط التنموي على مستوى الدولة وفي مجال إدارة الأعمال على مستوى المشاريع في تلافي وقوع مخاطر أو مشكلات معينة وفي نفس الوقت يساعدنا في الاستفادة من الفرص المتاحة وتوظيفها بشكل جيد لتحقيق أهداف الدولة أو أهداف المؤسسة.<sup>(1)</sup>

**أسلوب التخطيط التجزيئي:** الأسلوب التجزيئي هو عكس الأسلوب العقلاني، ولكي ندرك الفرق بين هذين الأسلوبين من أساليب التخطيط فإنه لا بد من التعرف على سمات وخصائص ومكونات هذا الأسلوب كما يلي:

1. المبدأ الأساسي الذي يقوم عليه هذا الأسلوب هو: أن عملية التخطيط يجب أن تحدث في أضيق نطاق ممكن ومن خلال أقل عدد من البدائل.
2. عملية التخطيط في هذا الأسلوب هي عملية تقوم لإحداث تغيير محدود وغير جذري في طبيعة المشكلة القائمة على عكس التخطيط العقلاني.
3. تقوم عملية التخطيط في هذا الأسلوب على فكرة إيجاد حلول وسط للمشكلات وعلى مبدأ تحقيق التوافق والتنازل.
4. عملية التخطيط وفق هذا الأسلوب لا تشمل على أكثر من تغيرات محدودة على الوضع الراهن.

---

1. عثمان محمد غنيم: المرجع السابق، ص 104 - 107.

5. لا يمكن استخدام هذا الأسلوب من أساليب التخطيط في عمليات التخطيط التي تمتاز بوجود مصالح متنافسة ووجهات نظر متصارعة كما هو الحال في تخطيط استخدام الأرض مثلاً.

6. يركز هذا الأسلوب من أساليب التخطيط على أهمية العامل السياسي على العكس من الاتجاه العقلاني الذي يستبعد هذا العامل.

7. يتميز هذا الأسلوب من أساليب التخطيط بعدم وجود معيار متفق عليه مسبقاً يساعد في التحكم في عملية التوافق المشترك أو إيجاد الحلول الوسطى<sup>(1)</sup>.

أساليب التخطيط التشاركي: هناك العديد من أساليب التخطيط التشاركي المستخدمة والمطبقة في مناطق ودول العالم المختلفة ومن قبل جهات ووكالات دولية مختلفة، وفيما يلي تعريف ببعض هذه الأساليب:

1. أسلوب LogFrame وتطبيقه وكالة الإغاثة الأمريكية USAID في مشاريعها.

2. أسلوب SPRING.

3. أسلوب ZOPP وقد طور من قبل وكالة الإغاثة الألمانية GTZ.

**أهمية التخطيط التشاركي:** لا شك أن غياب التأثير الشعبي على صناعة القرار التنموي يؤدي إلى عدم التمكن من استغلال الموارد الطبيعية والبشرية في الدول أو الإقليم بشكل عقلاني فاعل، كذلك يحول دون وصول المجموعات السكانية الفقيرة إلى الموارد، وهذه تقود إلى عدم اتباع حاجات ورغبات هؤلاء السكان، من هنا تنبع أهمية المشاركة الشعبية.

---

1. عثمان محمد غنيم: المرجع السابق، ص 107.

1. تمكين المجموعات السكانية الفقيرة من الوصول للموارد ومصادر الدخل والخدمات.
  2. تعظيم دور التأثير الشعبي على سياسات صنع القرار وما يتعلق بها من إحلال ورصد للموارد واستغلالها بشكل عقلائي.
  3. تعميق الشعور بالاعتماد على النفس لدى السكان والتي من شأنها زيادة وعيهم بقدراتهم وتمكينهم من إشباع حاجاتهم.
  4. الحد من سيطرة النخب وجماعات المصالح على القرار التنموي والحيلولة دون توجيه التنمية ومشاريعها لخدمة مصالحهم فقط.
- منهج التخطيط التشاركي:** تتعدد أساليب التخطيط التشاركي، ويقصد بها تلك الأساليب التي تشارك فيها المجموعات المستهدفة بشكل مباشر في عملية إعداد وتنفيذ ومتابعة خطط التنمية في مناطقهم، وأحياناً تأخذ المشاركة صوراً وأشكالاً غير مباشرة، حيث يشارك في إعداد وتنفيذ ومتابعة الخطط التنموية من ينوب أو يمثل المجموعات المستهدفة ويعتبر أسلوب المشاركة المباشر أكثر فاعلية ومصادقية وكفاءة.
- ظهرت أساليب التخطيط التشاركي بعدما أثبتت تجارب الأمم والدول أن فريق التخطيط التنموي أو العمراني وحيداً لا يمكن أن يقدم خططاً وحلولاً ناجعة للمشكلات إلا في حالة مشاركة المجموعات السكانية المستهدفة بالتنمية في إعداد وتنفيذ التنمية الموجهة لهم ومن منطلق أن أهل مكة أدرى بشعابها.

فقد أثبتت التجارب التنموية أن السكان المعنيين بالتنمية هم الأقدر على تحديد وإبراز مشكلاتهم وأسبابها ونتائجها، وهم أيضاً الأقدر على اقتراح الحلول المناسبة لهذه المشكلات بما يتناسب مع المعطيات البيئية والاقتصادية والاجتماعية لمناطقهم، لذلك ظهرت أساليب التخطيط التشاركي من أجل ضمان نجاح خطط التنمية في تحقيق أهدافها ومن أجل دمج السكان المعنيين في عملية التنمية وتهيئتهم لتقبل التغيير الذي سينجم عن هذه العملية.

المبدأ الأساسي الذي تقوم عليه عملية المشاركة يتمثل في مدى قدرة الشرائح السكانية المستهدفة بالتنمية في التأثير على عملية صنع القرار التنموي وتوجيه وصياغة القرارات التنموية بما يخدم حاجاتها ورغباتها.

الهدف الأساسي لعملية المشاركة الشعبية يتمثل في تحقيق توزيع عادل نسبياً لعوائد النمو والتنمية سواء أكان ذلك على مستوى الطبقات والشرائح السكانية أو المناطق والأقاليم والمناطق المختلفة<sup>(1)</sup>.

وهناك أساليب أخرى للتخطيط ذكرها بلال سكارنة وهي:

1. أساليب التنبؤ: إذ أن التنبؤ يساعد على التوقع بالأحداث المستقبلية اعتماد الأساليب الرياضية والإحصائية لهذا قيل عنه أنه الفن المساعد والداعم للعملية التخطيطية ومن طرقه:

(أ) الأساليب النوعية: وهي الطرق التي تعتمد على التخمين والحدس الذاتي والخبرة المتراكمة لدى الإداريين ومنها تقديرات المديرين بطريقة دلفي وغيرها.

---

1 . عثمان محمد غنيم: المرجع السابق، ص 113 - 115.

ب) الأساليب الكمية: وهي الطرق التي تعتمد على الأساليب الإحصائية والرياضية وهي أكثر دقة من الطرق النوعية ومنها الطرق البيانية والمتوسطات المتحركة والانحدار والتمهيد الأسّي البسيط.

2. أسلوب البرمجة الخطية: وهو أسلوب رياضي يحتوي على دالة هدف واحدة أو عدة دوال يسعى الإداري لتحقيقها في ظل مجموعة من القيود والمحددات المعروفة كالموارد والقوى البشرية وغيرها. وسميت بالخطية لأن معادلاتها ودالة الهدف فيها إما لتعظيم المخرجات أو لتصغير المدخلات.

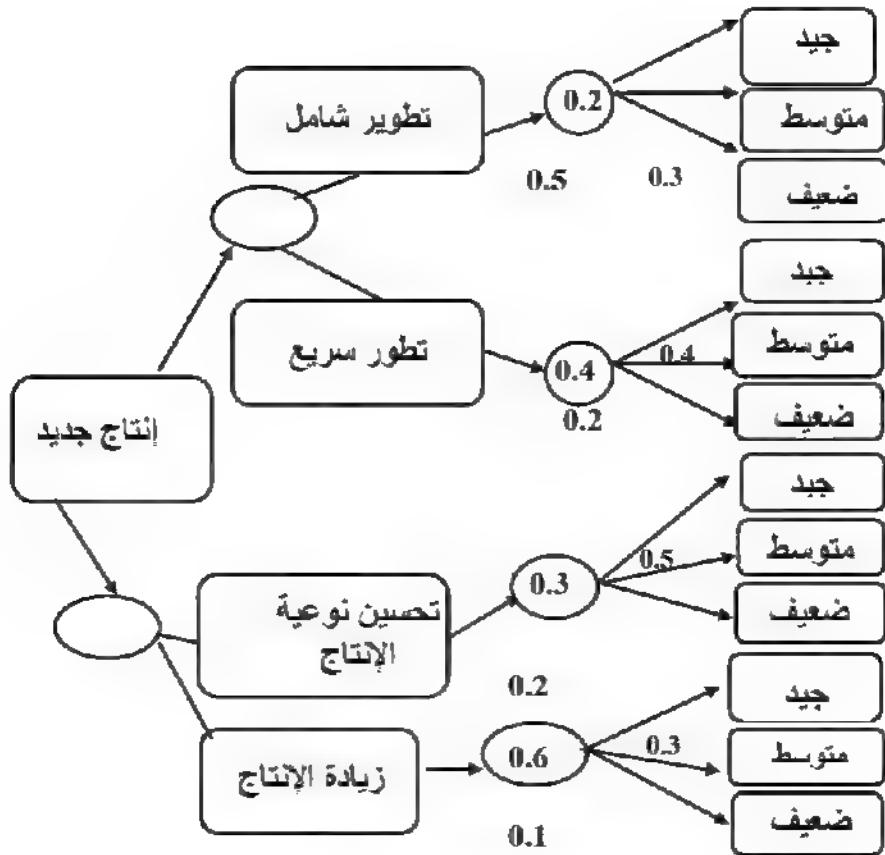
3. أسلوب التخطي الشبكي: ويقوم هذا الأسلوب على نماذج شبكية توضح طريقة اتخاذ القرارات للوصول إلى أهداف معينة وحيث أن تحقيق الأهداف يقع في صلب العملية التخطيطية فإن الأسلوب الشبكي يساعد في بلوغ ذلك. ومن الأساليب الشبكية: مشكلة النقل ومشكلة التخصيص ومشكلة أقصر مدار ومشكلة المسار الحرج ومشكلة أقصى تدفق.

4. أسلوب الإدارة بالأهداف: يركز هذا الأسلوب على المشاركة الواسعة للعاملين في وضع الأهداف وسبل تحقيقها وتتم عملية التخطيط وفق هذا الأسلوب بالخطوات الآتية:

- وضع الأهداف.
- إعداد خطة العمل.
- عمل المراجعات الدورية.
- تقييم الأداء.

## 5. أسلوب شجرة القرارات:

وهي أداة لاتخاذ القرارات الإدارية والمالية والاقتصادية وتتطلب الكثير من المعلومات وأنها تقدم تصوراً فعالاً عن القرار الأفضل والقرارات البديلة والآثار المترتبة على هذه القرارات إضافة إلى مخاطر وفوائد كل قرار حسب الشكل التالي:



(1)

## المبحث الرابع

### مفهوم التخطيط الإستراتيجي للإعلام الدعوي وخصائصه

وردت عدة تعريفات ومفاهيم للإستراتيجية في كتب\* الإستراتيجية لكثير من الكتاب والمفكرين والإعلاميين والباحثين تمت صياغتها لتناسب منظمات الأعمال دون الالتفات لمفهوم الإستراتيجية عموماً سواء على المستوى السياسي أو التعليمي أو الإعلامي أو الاجتماعي أو الأمني أو الاقتصادي الخ...

ومع بروز ما يسمى بنظام العالم الجديد كان له تأثيراً على مفهوم الإستراتيجية بشكل أوسع للتطور في شتى المجالات الإلكترونية أو العلمية أو الطبية أو التكنولوجية أو الإعلامية وغيرها.

#### ويمكن تعريفها:

قدرة الدولة على امتلاك القوة الإستراتيجية الشاملة التي تتيح لها تشكيل المستقبل وفق الإرادة الوطنية، وتهيئة الأوضاع المطلوبة لتحقيق ذلك<sup>(1)</sup>.

نفهم من ذلك أن أي استراتيجية على المستوى المحلي أو الإقليمي أو الدولي تحتاج إلى امتلاك قوة شاملة تملأ الفراغ، ولا تجعل فجوة في تخطيطها الإستراتيجي حتى لا تقع في أزمات تعيق إدارة وتسيير الأمور حسب الخطة التي ترسمها.

---

1 . محمد حسين أبو صالح: التخطيط الاستراتيجي القومي،

[\(2/4\)](http://www.strateg.sd/strmedia.html)

وفي ظل التحديات العالمية الراهنة لا يمكن قبول مفهوم للقوة لا يعبر عن القضايا الإستراتيجية المتمثل أهمها في الأمن القومي، والأمن الإنساني، والحفاظ على البيئة، وتوفير طاقة آمنة ورخيصة الاستغلال الأمثل للموارد، بجانب الجوانب المتعلقة بتحقيق القدرات التنافسية بالمنظور العالمي إلخ...<sup>(1)</sup>.

ولهذا كان لزاما على الدعاة والإعلاميين الذين يتصدرون المنابر بالحديث عن الدعوة والفكر والعلم والفقه وغيرها من العلوم الدينية والدينيوية والأخروية أن يضعوا خططا استراتيجية تنهض بالأمم والشعوب والحديث مع الجمهور المستقبل بما يتناسب مع عقولهم وتطورات العلم والتكنولوجيا عبر كل الوسائل الفضائية والتلفزيون والإذاعة والصحف والمجلات والحاسوب والهاتف المحمول وطرق التواصل الاجتماعي ليتم التواصل بين المرسل والمستقبل بلغة مفهومة واضحة علمية متطورة ليتم الإقناع والالتفاف حول الدعاة والإعلاميين والمفكرين والعلماء العاملين آخذين بذلك قول الله عز وجل: ﴿ادْعُ إِلَى سَبِيلِ رَبِّكَ بِالْحُكْمَةِ وَالْمَوْعِظَةِ الْحَسَنَةِ وَجَادِلْهُمْ بِالَّتِي هِيَ أَحْسَنُ﴾<sup>(2)</sup>.

فالحوار البناء الهادف ، والأسلوب العميق المتمثل بالشفافية وفهم الآخر ، وما يحتاجه من علوم في شتى المجالات، يفتح العقول لتقبل المفاهيم والأفكار التي تعرض على الجمهور المستقبل، وهذا كثيرا ما نجده من كتابات متعددة الجوانب والأفكار من قبل الكثير من العلماء والدعاة والإعلاميين والمفكرين وخبراء

---

1 . محمد حسين أبو صالح: التخطيط الاستراتيجي القومي،

[\(2/4\)](http://www.strateg.sd/strmedia.html)

2. سورة النحل، آية 125.



الاستراتيجية بكافة جوانبها، قرأت ذلك بوضوح وتمعن من خلال مجلة الوسطية لمنتدى الفكر الوسطي التي تصدر في المملكة الأردنية الهاشمية مناقشين في ذلك أحوال المسلمين وأوضاعهم في أغلب الدول العربية والإفريقية وغيرها على كافة المستويات والأصعدة وكتابات ومدونات تعنى بالفقه والعقيدة والفكر والمقدسات والرد على من يريد تشويه صورة الإسلام والمسلمين.

فهناك المؤتمرات التي تعقد بشكل دوري أو شبه دوري تناقش فيه أحوال المسلمين يضعون فيها النقاط على الحروف للنهوض بالجمهور العربي المسلم ليتعرف على عقيدته السمحة ودينه الوسطي وبنبيه محمد ﷺ وإستراتيجيته في دعوته سرا ودعوته جهرا

قال تعالى: ﴿وَكَذَلِكَ جَعَلْنَاكُمْ أُمَّةً وَسَطًا لِتَكُونُوا شُهَدَاءَ عَلَى النَّاسِ وَيَكُونَ الرَّسُولُ عَلَيْكُمْ شَهِيدًا﴾<sup>(1)</sup>.

ولله در الباحثين والعلماء العاملين والدعاة والإعلاميين وأخص منهم محمد حسين أبو صالح حينما وضع تعريفا للتخطيط الإستراتيجي شاملا جامعاً يرجع إليه الطلاب والباحثين والمفكرين والدعاة والإعلاميين بما يعود على الجميع بالفائدة والوقوف على المفهوم العلمي للتخطيط الإستراتيجي وهو التخطيط الإستراتيجي: هو العملية التي يتم من خلالها وضع الإستراتيجية وتتضمن التحليل الإستراتيجي واختيار التوجه الإستراتيجي وتحديد الغايات والأهداف الإستراتيجية، وتحديد البدائل، ويعني بإيجاد الترابط والتناسق بين الأهداف الإستراتيجية والمرحلية

---

1. سورة البقرة، آية 143.

والأهداف قصيرة الأجل، وكذا الترابط والتناسق بين الأهداف والتشريعات والسياسات الإستراتيجية، وتحقيق التكامل بين كل منها بما يضمن أن كافة الجهود المتناثرة تصب تجاه تحقيق الغايات المحددة بأفضل السبل والتكاليف، وذلك في ظل الظروف الاقتصادية والاجتماعية والسياسية والمهددات والمخاطر والتطورات العلمية محليا وإقليميا ودوليا<sup>(1)</sup>.

ويمكن توضيح الفرق بين التخطيط بمفهومه العادي والتخطيط الإستراتيجي كما يلي:

إن التخطيط بمفهومه العادي يعمل على التنبؤ بالمستقبل وهي مهمة دائماً ما تعتمد على دراسة وتحليل بيانات ومعلومات الماضي والحاضر، أما التخطيط الإستراتيجي فهو لا يسعى للتنبؤ بالمستقبل وإنما يسعى إلى تشكيل المستقبل من خلال بلورة وتحقيق أهداف كبرى غالباً ما تتصف بالجرأة والمبادرة قد يسبق تحقيقها إجراء تغييرات أساسية وجوهرية في البيئة.

التخطيط بمفهومه العادي غالباً ما يجاري الواقع، مثال لذلك أن مستثمراً لو أراد انشاء مصنعاً آلياً للكسرة، فإنه وفق مفهوم التخطيط العادي فسيقوم بتحليل بيانات الماضي والحاضر ولنقل أنه اكتشف أن بيانات الماضي والحاضر تشير إلى أن استهلاك المواطنين من الكسرة ظل يتناقص بمعدل 2% سنوياً، وهو وفق تلك البيانات يستطيع أن يتنبأ بمعدلات الاستهلاك في السنوات القادمة، وبالتالي سيرى إن كان

---

1 . محمد حسين ابو صالح: التخطيط ، المرجع السابق .

هذا الوضع مجد اقتصادياً له فسيقوم بإنشاء المصنع، والعكس فإنه سيلغي الفكرة. لعلكم تلاحظون أنه لم يغير شيئاً في الواقع بل قام بمجاراته.

أما في حالة التخطيط الإستراتيجي فالعكس تماماً هو الذي يحدث، حيث يقوم التخطيط الإستراتيجي ببلورة عدد من الأهداف الطويلة أو المتوسطة التي يهدف من خلالها إلى إحداث التغييرات المطلوبة لقيام المشروع المعين أو تحقيق الهدف الإستراتيجي المطلوب، وهذا يعني أن التخطيط الإستراتيجي يسعى إلى تحقيق أهداف قد تتطلب إحداث تغييرات أساسية في البيئة، وهذا ما يدعو إلى تميز التخطيط الإستراتيجي بعنصر المبادرة، ومن الأمثلة على ذلك، الهدف الإستراتيجي الأمريكي في فترة الخمسينيات الذي يقضي بتصدير القمح إلى بعض دول العالم التي لا يدخل القمح ضمن أنماطها الاستهلاكية، مثل معظم دول أفريقيا التي تستهلك الذرة والبقرة الخ...، ولكن الواقع يشير إلى أن الولايات المتحدة استطاعت وعبر العديد من الخطط الطويلة، إحداث تغييرات استراتيجية في الأنماط الاستهلاكية لدى شعوب تلك المناطق المستهدفة، ومن ثم تمكنت من بناء أسواق استراتيجية تستهلك القمح الأمريكي، إذا فالتخطيط الإستراتيجي لم يستسلم للواقع كما هو حال التخطيط العادي، وإنما سعى إلى تغيير الواقع بما يلائم أهدافه الإستراتيجية.

ويتضح الأمر أكثر إذا طبقنا مفهوم التخطيط العادي حيث سنجد أن بيانات الماضي في ذلك الزمان عند إعداد الخطة الأمريكية تشير إلى استهلاك الشعوب المستهدفة للذرة والشعير والأرز، ونفس الشيء بيانات الحاضر عند إعداد الخطة، وبالتالي وفق مفهوم التخطيط العادي فإن ما يجري في الماضي والحاضر سيجري في

المستقبل وهو استمرار استهلاك الأرز والذرة والشعير، أي لا مجال للقمح، إذن سنكتشف أن هذا المفهوم لا يجدي مع التطلعات الأمريكية تصدير القمح، فكان الحل في مفهوم التخطيط الإستراتيجي الذي يعبر في هذا المثال عن أهم سمات التخطيط الإستراتيجي وهو تغيير الواقع مما يوفر الأوضاع الملائمة لتحقيق الأهداف الإستراتيجية.

أن التخطيط العادي غالبا ما يسعى إلى بلورة أهداف محدودة لا تحتاج إلى فترة زمنية طويلة لتحقيقها، عكس التخطيط الإستراتيجي الذي يسعى إلى تحقيق أهداف كبرى طموحة لا يمكن تحديدها في فترة زمنية قصيرة.

ولعل هذه النقطة تشير إلى أحد أسباب تفوق الدول المتقدمة، حيث إن اتباع أساليب التخطيط الإستراتيجي تجعلهم يضعون أهدافا طموحة، جريئة، كبيرة لا يمكن تحقيقها في سنوات قليلة، إلا أن وضوح تلك الأهداف يجعلهم يسرون تجاهها، هذا الوضع يطلق عليه تحديد المسار الإستراتيجي الذي يتم من خلاله ضمان أن الأنشطة والأهداف السياسية والتشريعية.. الخ كلها تتم في تناسق وترابط وتكامل عبر السنوات الطويلة تجاه الهدف الإستراتيجي المحدد.

ولذلك دائما ما نجد أن الدول والمنظمات في العديد من الدول النامية تنظر إلى الأهداف الإستراتيجية الطموحة الجريئة باستخفاف أو على الأقل تصفها بالأحلام، ويعود ذلك إلى أن تلك المنظمات والإدارات تنظر إلى تلك الأهداف الإستراتيجية من خلال قدرات وإمكانات التخطيط القصير وهي إمكانات غالبا ما تكون محدودة. أنهم لا يدركون أن المنظمة أو الدولة تسعى لتحقيق ذلك الهدف بعد

سنوات طويلة، لذلك فإن تحقيق التنمية الطموحة في الدول يتطلب فترة زمنية طويلة ووضوح في الأهداف الإستراتيجية ووضوح للمسار الإستراتيجي، لذلك فشلت العديد من الدول النامية في تحقيق تنمية طموحة لعدم وجود أهداف طموحة وبالتالي عدم وجود مسار إستراتيجي، وهذا يعزز الفرق الكبير بين التخطيط بمفهومه العادي والتخطيط الإستراتيجي.

وهو كثيرا ما يقوم بعض المخططين بوضع خطة يطلقون عليها الخطة الإستراتيجية، يقومون بتحديد أهداف يسعون إلى تحقيقها من خلال الخطة، ولكن الملاحظ أن الأهداف غالبا ما تكون عادية لا تحتاج إلى فترة زمنية طويلة، ويعد هذا من الأخطاء الشائعة، فإذا قمنا بوضع خطة لعشرين عاما، فإن هذا يعني أن تحقيق الأهداف الإستراتيجية سيتعذر في نطاق زمني أقل من هذه الفترة، وبالتالي يتم تحقيق العديد من الأهداف الصغيرة خلال العشرين عاما حتى يكتمل تحقيق الأهداف الإستراتيجية بعد عشرين عاما.

عليه إذا قمنا بمراجعة الأهداف ووجدنا أنها يمكن أن تتحقق في خمس سنوات، فإن هذا يعني عدم قدرتنا على بلورة أهداف إستراتيجية حقيقية.

التخطيط الإستراتيجي يشمل مصالح الأجيال الحالية والقادمة ويتضمن الاهتمام بالبيئة وتنمية وتنويع وحسن استغلال الموارد، أما التخطيط فقد يسعى لتحقيق مصالح، وكثير ما يتم استخدام وسائل لتحقيقها لا يراعي فيها تعقيدات المستقبل سرعان ما يتم تحقيق هذه المصالح لكن مع تدمير الموارد وإتلاف الغابات وتدمير البيئة، وهذا ما يعاني منه العالم اليوم، سيكون من غير المنطقي أن نصف الأداء

للعديد من دول العالم خلال حقبة ما بعد الحرب العالمية الثانية بالإستراتيجي ونحن نتعرف يوميا على الأخطاء الكبيرة التي وقعت فيها العديد من استراتيجيات تلك الدول والتي أفرزت واقعا يشير إلى دمار واستنزاف كبير للموارد الأساسية، تدمير للبيئة تهديد لأمن الإنسان وتهديد لأمن المستقبل إلخ... وهو ما بات يهدد البشرية برمتها وستعاني الأجيال القادمة منه بشكل أكبر، إننا سنكون غير دقيقين إذا وصفنا النشاطات والخطط التي أفرزت هذا الواقع بالإستراتيجية، هذا الواقع يشير إلى ضرورة تطوير مفاهيم جديدة للإستراتيجية تعبر عن مثل هذا الوضع وغيره.

غالبا ما يرتبط التخطيط العادي بالبيئة المحلية بينما نجد التخطيط الإستراتيجي يمتد ليشمل البيئة الدولية، لعل مثالا لذلك هو معظم الدول النامية ومعظم شركاتها، حيث نجدها تسعى إلى تحقيق أهداف محلية، تعزز ذلك شعارات الاكتفاء الذاتي وتقليل الواردات خفضا للصرف من العملات الأجنبية إلخ... وكذا الشركات في تلك الدول حيث نجد أن المصانع غالبا ما تقوم بسد حاجات محلية، انظر إلى معظم الشركات بالدول النامية خلال خمسين عاما، من الصعوبة أن تجد شركة برزت لتحقيق أهداف في السوق العالمي، على العكس تماما نجد أن دول أخرى كاليابان والصين وكوريا والدول الأوروبية، ينطلق تخطيطها من منظور عالمي لتحقيق أهداف في أسواق عالمية، لذلك نجد السمة العامة لشركات تلك الدول بأنها تنشأ وتقوم لا لسد حاجة محلية وإنما تسعى إلى تحقيق أهداف في السوق العالمي، إذن إتباعهم للتخطيط من منظور عالمي مفتوح جاء نتيجة للتخطيط الإستراتيجي بينما

نجد تخطيط معظم الدول النامية يأتي من منظور محلي ضيق نتيجة لإتباع أسس التخطيط العادي، وهذا يجسد أحد الفروق بين التخطيط العادي والإستراتيجي<sup>(1)</sup>.

إن التخطيط الإستراتيجي: هو العملية التي يتم من خلالها تنسيق موارد المؤسسة مع الفرص المتاحة لها وذلك على المدى الطويل، والخطة الإستراتيجية هي خطة عمل شاملة طويلة الأجل تهدف المؤسسة من خلالها إلى تحقيق الأهداف الموضوعية، وهي عملية متجددة يتم تحديثها كل عام لدراسة المستجدات الخارجية والداخلية<sup>(2)</sup>.

يتسم التخطيط الإستراتيجي بصفة عامة بالخصائص التالية:

أ. الشمول والتكامل: وذلك يتطلب دراسة العوامل البيئية المحيطة سواء كانت داخلية أو خارجية، والنظر إليها بصورة شاملة. هذه العوامل تتضمن العوامل الاقتصادية والاجتماعية والسياسية والتقنية إلخ...

ونظراً لأن هذه العوامل ذات طبيعة متغيرة فإن ذلك يتطلب أن يتسم التخطيط الإستراتيجي بالديناميكية لكي يتحقق التوافق والتكيف المستمر مع البيئة المحيطة.

ب. المرونة: يجب أن يتسم التخطيط الإستراتيجي بالمرونة من حيث التنبؤ بالتغيرات التي تحدث في العوامل البيئية المحيطة، وأن تؤخذ المعلومات الخاصة بهذه التنبؤات في الاعتبار عند اتخاذ القرارات الإستراتيجية.

---

1. محمد حسين أبو صالح ، المرجع السابق .

2 . محمد حسين أبو صالح ، المرجع السابق .

ويتميز التخطيط الإستراتيجي بخصائص عدة يمكن إجمالها بالآتي:

#### 1. الآثار الطويلة الأجل:

يهدف التخطيط الإستراتيجي إلى إحداث تغيرات جوهرية وهامة بالمنظمة وهذا لا يظهر في الأجل القصير بل يحتاج إلى فترة طويلة الأمد وتكاليف كبيرة وجهود مهمة.

#### 2. المشاركة الواسعة:

يتطلب التخطيط الإستراتيجي مشاركة واسعة في وضعه ابتداءً من الإدارة العليا ونزولاً إلى العاملين والمستفيدين والجمهور وغيرهم.

#### 3. المرونة:

يتميز التخطيط الإستراتيجي بالمرونة لكي يستطيع مواجهة التغيرات المحتملة عند التنفيذ.

#### 4. حشد الطاقات الكامنة والموارد:

يسعى التخطيط الإستراتيجي لحشد جميع طاقات المنظمة الكامنة ومواردها المتاحة سواء الذاتية أو التي يمكن توفيرها من خارج المنظمة وتوجيهها نحو تحقيق الأهداف المرسومة.

#### 5. المستقبلية:

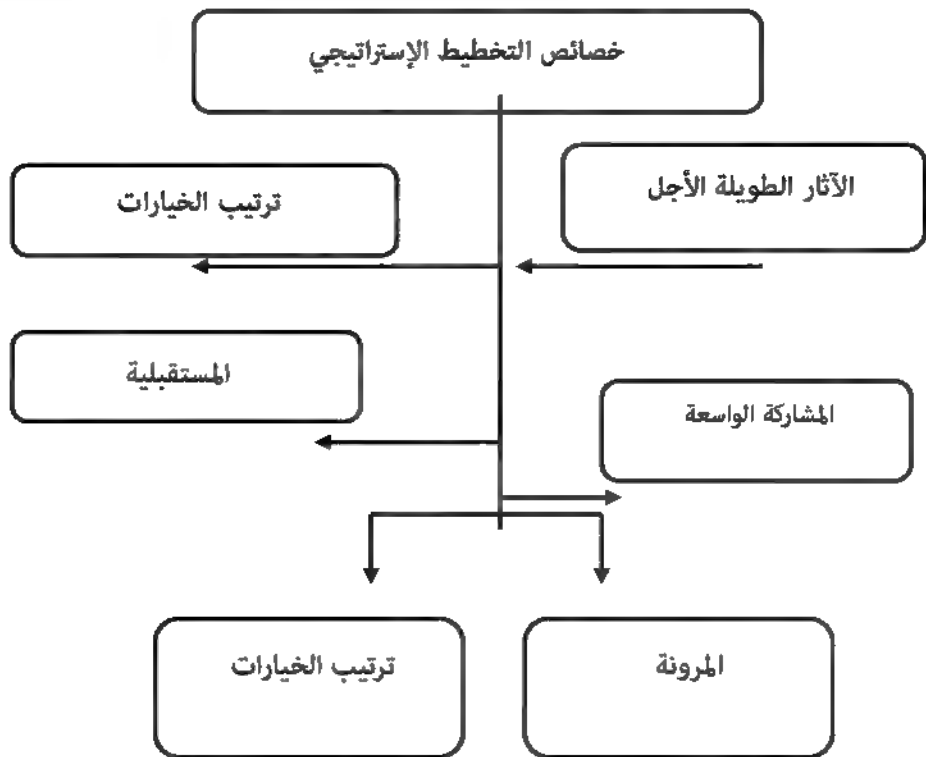
ينظر التخطيط الإستراتيجي إلى المستقبل فهو أسلوب مستقبلي Futuring



بالرغم من أنه يعتمد مؤشرات الماضي ومعطيات الحاضر لأغراض معرفة المنظمة إلا أنه ينطلق من هنا ليرسم أهداف المستقبل.

#### 6. الترتيب للخيارات والأولويات:

من الخصائص المهمة للعمل الإستراتيجي أنه يضع الخيارات أمام المنظمة التي تسلكها في خططها التنفيذية وأنه يرتب البرامج التنفيذية حسب أولوياتها وأهميتها<sup>(1)</sup>.



1 . بلال خلف السكارنة: التخطيط الإستراتيجي، م. س. ذ، ص 113 - 114.

## سمات أسلوب التخطيط بالأهداف:

- يساعد في توليد كثير من الأفكار غير التقليدية.
  - يحقق مشاركة فعالة للمجموعات المستهدفة.
  - يساعد في التغلب على صعوبات التواصل بين المشاركين.
  - يتم توثيق كل خطوة وإجراء أثناء تنفيذ الأسلوب.
  - يعتمد مسار السير وفق أسلوب الخطوة خطوة.
  - يقوم أهداف واضحة ومحددة وبيّن آليات تنفيذها بدقة.
  - يعرف بالمشكلات الرئيسية والفرعية والعلاقات القائمة بينها.
  - يتم اختيار البدائل بما يتفق مع الأهداف ويعمل على تحقيقها.
  - يسهل من عملية تقييم البرامج التي يتم إعدادها.
  - يعمل على إعداد خطة عمل واضحة ودقيقة.
  - يعزز التفكير المنظم والموجه والمركز على المشكلات والنشاطات.<sup>(1)</sup>
- ويرى الباحث أن الدعاة والعلماء والباحثين والإعلاميين عليهم أن يأخذوا بزمام المبادرة في تطوير وسائل لدعوة والإعلام وإعداد المختصين المؤهلين وذلك بوضع خطة إستراتيجية لدعوتهم في شتى المجالات حتى يفهم القاصي والداني حِكمَ

---

1 . عثمان محمد غنيم : الإتجاهات الحديثة في التخطيط، م. س. د، ص 120 .

الإسلام وثقافته وعقيدته وأنه صالح لكل زمان ومكان ولكل الأجيال المتعاقبة وأنه  
دين سماحة واعتدال ووسطية لا دين إرهاب.

## الفصل الرابع

### التخطيط الاستراتيجي للإعلام الدعوي

#### محاوره - ومقوماته - ومعوقاته

---

---

---

وفيه أربعة مباحث:

المبحث الأول: أهمية التخطيط الاستراتيجي الإسلامي والإعلام الدعوي.

المبحث الثاني: الصراع الاستراتيجي والعقبات التي تواجه نجاح الدعوة والدعاة والإعلاميين والإسلاميين.

المبحث الثالث: محاور استراتيجية الإعلام الدعوي.

المبحث الرابع: مقومات ومعوقات التخطيط الاستراتيجي للإعلام الدعوي الإسلامي في الأردن.



## الفصل الرابع

### الرؤية الاستراتيجية للإعلام الدعوي

#### المبحث الأول

أهمية التخطيط الإستراتيجي الإسلامي، والإعلام الدعوي المرئي، المقروء،

#### المكتوب

يرى الباحث أنه لا بد من تعاون وتنسيق بين الجهات الإعلامية المختلفة وطلبة العلم والعلماء والدعاة الإعلاميون وأصحاب الفكر والرأي لتوحيد الخطاب الإعلامي الدعوي لمناقشة القضايا الاجتماعية والاقتصادية والتربوية والتنموية والتحليل العميق لقضايا المسلمين على المستوى المحلي والإقليمي والدولي واستثمار الطاقات المتخصصة وإنشاء مراكز معلوماتية ورصدها ومتابعة قضايا المسلمين ودراساتها وتسويقها إعلامياً، وحل المشاكل التي تواجه الجمهور المستقبل والأمة بشكل واضح ومميز والدفاع عنها ورد الشبهات التي تعترضها لعمل صحوة إسلامية إعلامية تفي بالغرض المطلوب وهذا يتطلب نشر العديد من الكتب الإسلامية التي تعالج قضايا المسلمين ومشاكلهم وحلها بطرق استراتيجية واضحة المعالم ونشر الدروس التي تعني محاربة الفساد وعبر وسائل الاعلام المقروءة والمرئية والسمعية والإلكترونية، وطرح للحديث عن الأسرة وكيفية تقويمها وترابطها وتربيتها وأبنائها وحل المشاكل الأسرية وما يؤول إليها من طلاق وفساد بالحياة الزوجية وضياع للأبناء تربوياً وأخلاقياً وتعليمياً الخ...

وتوجيه الجمهور المستقبل وخاصة الأطفال لمشاهدة العديد من البرامج الترفيهية الدينية على سبيل المثال: قناة المجد، قناة اقرأ، وقناة الرسالة، وقناة السلام عليك،

فبالرغم من قلة ما يعرض منها بخصوص برامج الأطفال إلا أنها باب من أبواب الإعلام الإسلامي الناجح للفضائيات، عدا النشاط المتميز من خلال وسيلة الإنترنت وإنشاء الكثير من المواقع الإسلامية الإلكترونية والتي تعرض نشاطاتها مجاناً بدون مقابل وعرضها الكثير من الموضوعات التي يمكن الإطلاع عليها والاستفادة منها.

يتمحور الإعلام المكتوب والمقروء بالكتابة والقراءة فبالكتابة، قوله تعالى:

﴿كِتَابٌ أَنْزَلْنَاهُ إِلَيْكَ لِتُخْرِجَ النَّاسَ مِنَ الظُّلُمَاتِ إِلَى النُّورِ﴾<sup>(1)</sup>.

وأما القراءة فأول ما نزل على نبينا محمد صلى الله عليه وسلم قوله تعالى في سورة العلق ﴿اقْرَأْ بِاسْمِ رَبِّكَ الَّذِي خَلَقَ﴾<sup>(2)</sup>.

فكل ما خلا القرطاس ضاع لذلك نجد العلماء والفقهاء والمفكرين والأدباء والدعاة الإعلاميين يدنون بكراساتهم كل ما يتوصلون إليه من علم يستفاد منه من خلال مدوناتهم، وأصبح اليوم ما يعرف بجهاز الحاسوب والشبكة العنكبوتية وأجهزة الهاتف المحمول المتطورة تدخل على مواقع هؤلاء العلماء وأصحاب الفكر والدعاة فتجد على صفحاتهم ومواقعهم الإلكترونية كل ما يحتاجه طالب العلم في أي موضوع، أو عرض بعض الأسئلة لتوضيحها ومناقشتها وفلسفتها بكل يسر وسهولة بدون عناء أو تعب.

---

1. سورة إبراهيم، آية 1.

2. سورة العلق، آية 1.

وتكمن أهمية الإعلام الإسلامي بتعريف الجمهور المستقبل بحقائق الدين الإسلامي المنزلة في كتاب الله عز وجل ومن سنته صلى الله عليه وسلم عبر وسائل دينية متخصصة من علماء ودعاة ومفكرين ذو خبرة وكفاءة لإيصال الرسالة الإعلامية والتعامل معها تكنولوجيا بوسائل الاتصال الحديثة مع مراعاة المصالح والمفاسد وبيان مقاصد الشريعة الإسلامية حسب خطة استراتيجية وتخطيط للحاضر والمستقبل ضمن الإمكانيات المتاحة لتحقيق الأهداف المرجوة من الدعوة والإعلام بكافة الأساليب، وتكمن أهمية الإعلام الإسلامي والإعلام الدعوي في عدة نقاط، كما يقول منتصر حازم حسين:

تصحيح مفاهيم الإعلام والدعوة إلى مبادئه السمحة وقيمه الأصيلة النافعة بطريقة علمية وعملية وفنية، لتكون هذه القيم منهاج حياة كل مسلم. وهي مضامين ومحتويات رسائلها الإعلامية مهما اختلفت أشكالها وقوالبها وتنوعت أساليبها ووسائلها فهي مضامين صالحة لكل زمان ومكان تؤدي إلى النتائج المرجوة منها.

الذود عن الاسلام والدفاع عنه ورد المعتدين الذين خلت لهم الساحة، وسنحت لهم الفرصة بغلبة الإعلام الإسلامي عن ميدان الإعلام. تثبيت العقيدة والشريعة معاً في عالم بموجب المذاهب والأفكار. التأثير في سلوك الناس.

لمجابهة الواقع الإعلامي القائم بأسلحة فعالة<sup>(1)</sup>.

---

1 . منتصر حاتم حسين: أيديولوجيات الإعلام الإسلامي، م.س.ذ ، ص 47.



## أهمية الدعوة إلى الله تعالى من خلال الإنترنت:

نظراً لما تمتاز به شبكة الإنترنت من انتشارٍ واسعٍ، وقُدرةٍ على الوصول إلى الملايين في كل مكان على سطح الأرض فإن الحاجة ماسةٌ للإفادة منها في الدعوة إلى الله تعالى على اعتبار أنها وسيلةٌ من الوسائل الحية في هذا العصر، وأنها تحظى بقبولٍ جيدٍ، وانتشارٍ كبيرٍ، وتفاعلٍ إيجابيٍّ من الملايين الذين يُقبلون عليها في أرجاء العالم. وليس هذا فحسب؛ فإن أعداء الإسلام قد تنبهوا "إلى أهمية هذه الشبكة "الإنترنت" في نشر شُبُهاتهم، وبث أباطيلهم، فاستغلوها استغلالاً واضحاً في غزوهم لنا فكرياً". لهذا فإن الواجب يُحتم علينا أن نُضاعف اهتماماتنا بهذا الشأن، وأن نحاول اللحاق بالركب الحضاري الذي سُبِقنا إليه في هذا المجال على الرغم من أننا أحق الناس به. وتتمثل أهمية الدعوة إلى الله تعالى من خلال الإنترنت في الكثير من النقاط التي نشير إلى أبرزها فيما يلي:

1) أن الدعوة إلى الله تعالى واجبٌ دينيٌّ على كل مُسلم قادرٍ من أبناء الأمة المسلمة، "ولما كان تبليغ الدعوة إلى الناس مما أخذ الله عز وجل عليه الميثاق من أهل العلم؛ فإن إيصال هذا الدين الحق إلى مشارق الأرض ومغاربها بواسطة هذه الشبكة أمرٌ مطلوبٌ، وهو من أعمال البرِّ والخير، والمُنْفَق عليه مأجورٌ بإذن الله تعالى".

2) أن هذه الوسيلة رغم حداثتها واسعة وسريعة الانتشار، ويمكن من خلالها تبليغ الدعوة الصحيحة، ونشر تعاليم الدين الإسلامي الحنيف ومبادئه السمحة إلى الملايين من الناس في كل مكانٍ على سطح الكرة الأرضية في زمنٍ قصيرٍ نسبياً؛ لاسيما وأن هذه الشبكة جعلت من العالم قرية صغيرة يستطيع أن يتواصل من يعيش

في أقصاها مع من يقطن في أدناها؛ فكان لا بُد من الإفادة منها في مهمة الدعوة إلى الله تعالى؛ وهو ما يُشير إليه أحد الباحثين بقوله:

"إن على الدعاة إلى الله عز وجل ألا يستهينوا بما جد من الوسائل والأساليب التي يستخدمها الناس في مجالات الحياة المختلفة؛ بل إن عليهم أن يكونوا في طليعة المُنتفعين بها. وما دامت الدعوة فريضةً واجبةً فإن كل ما يُساعد على حُسن تبليغها يكون واجباً، لأن ما لا يتم الواجب إلا به فهو واجب."

(3) أن الإنترنت وسيلةٌ دعويةٌ حرة، يمكن للدعاة إلى الله تعالى من خلالها التواصل الدعوي المفتوح والمستمر مع أعدادٍ كبيرةٍ و أجناسٍ متنوعةٍ من البشر في شتى بقاع الأرض يبثون الخير في نفوسهم، ويحثونهم على التمسك بالفضائل، ويهدونهم إلى طريق الله المستقيم دون الخضوع لأي سياساتٍ، أو رغباتٍ، أو أنظمةٍ، أو تعليماتٍ؛ وهو ما يُشير إليه أحد الباحثين بقوله:

إن الإنترنت هي جهة الاتصال الوحيدة التي لا تتحكم فيها جهةٌ مُعينة تفرض عليها سياساتها وتُعلي عليها رغباتها، بل إن المُتحكم فيها هو من يستخدمها؛ فله أن يبث من خلالها ما شاء، ويستقبل ما يشاء دون رقيبٍ أو حسيب، فكل مُشاركٍ في الإنترنت ناشئٌ ومُستقبل دون أن يكون تحت أي تأثيرٍ إلا ما يُعلي عليه فكره واتجاهه.

(4) أن الدعوة إلى الله تعالى من خلال شبكة الإنترنت غير مكلفة مادياً إذ إن الإنترنت هو أرخص وسيلة للاتصال، والإعلان، والدعاية، والنشر؛ فلو قارنا بين إنشاء محطةٍ إذاعيةٍ أو تلفزيونيةٍ أو حتى إصدار جريدةٍ أو مجلةٍ للدعوة إلى الله فكم ستكون التكلفة؟ وإذا كان الأمر كذلك؛ فإن في هذا مدعاةً لاغتنام هذه الوسيلة

الحديثة، وتكثيف الجهود الدعوية من خلالها قدر المستطاع، لاسيما وأن كثيراً من الخدمات الإنترنت التي تقدمها بعض الشركات العالمية في هذا الشأن أصبحت مجانية.

(5) أن في الدعوة إلى الله تعالى من خلال الإنترنت تصحيحاً لكثير من المفاهيم الخاطئة والمعلومات غير الصحيحة التي تنتشر (للأسف) بين كثير من الناس الذين لا يعرفون من الإسلام إلا ما يتحدث به بعض الفرق الضالة والجماعات المنحرفة إذ إن هناك مواقع مشبوهة ومنحرفة كثيرة تدعو إلى الإسلام منحرفة بعيدة كل البعد عن الدين الحق الذي جاء به محمد بن عبد الله صلى الله عليه وسلم من عند الله؛ فقد استطاعت طائفة الأحمدية مثلاً وهي طائفة نشأت في الهند وباكستان وتتركز حالياً في بريطانيا استخدام واستغلال هذه التقنية وتلك الشبكات قبل أي دولة إسلامية أخرى، ووضعت على الإنترنت صورة للإسلام تخالف تماماً ما ورد في الكتاب والسنة، وللأسف الشديد فقد اطلع العالم أجمع على الإسلام من خلال هذه المعلومات التي تُبث في شبكة الإنترنت.

(6) أن معظم مستخدمي شبكة الإنترنت (في الغالب) من الطبقة المثقفة والفئة المتعلمة الواعية كإساتذة الجامعات، والطلاب، وكبار المسؤولين، والمهنيين، ورجال الأعمال، وغيرهم من الفئات الذين يكون أفرادها (في العادة) أصحاب التأثير الفاعل في مجتمعاتهم؛ فكان لا بد من استثمار هذه الوسيلة في الدعوة إلى الله تعالى للوصول إليهم من خلالها ودعوتهم إلى دين الله الحق فلعل الله أن يهديهم إليه.

(7) أن شبكة الإنترنت وسيلة دعوية متاحة للجميع في أي وقتٍ من الأوقات؛ فهي

غير مُحددةٍ بوقتٍ مُعينٍ أو زمنٍ مُحددٍ لأنها تعمل على مدى اليوم واللييلة وطول أيام السنة، ويُمكن للراغبين في الإفادة من الإنترنت الدخول إليه في أي ساعة من ليلٍ أو نهار.

(8) إقبال الناس المتزايد على استخدام هذه الشبكة، فقد أصبح الإنترنت اليوم مرجعًا لكل باحثٍ عن معلومةٍ معينة، وملاذًا لكل طالب علمٍ ديني أو دنيوي. وإذا كان من الصعوبة في ما مضى الحصول على معلوماتٍ صحيحةٍ وشاملةٍ عن الإسلام في كثيرٍ من بلدان العالم؛ فقد اختلف الوضع تمامًا في وقتنا الحاضر حيث أصبح دين الإسلام يصل بكل سهولةٍ ويُسرٍ إلى بيوت الناس، وأماكن عملهم، ومدارسهم، ومعاهدهم، وفي كل مكان يمكن أن يكونوا فيه.

(9) سهولة استخدام هذه الوسيلة في الأغراض الدعوية؛ حيث إن ممارسة مهمة الدعوة إلى الله تعالى وتعلم أساليبها عبر شبكة الإنترنت سهلةٌ جدًا، ولا تحتاج لكثير جهدٍ وطويل خبرة، ويمكن لمن يرغب في ذلك تعلم كيفية إنشاء الصفحات الخاصة بهذا الشأن، أو الدخول في حواراتٍ دعويةٍ مع الآخرين وهو أمرٌ يمكن أن يتم في فترةٍ وجيزةٍ جدًا.

لذلك كله؛ فإن استخدام هذه الشبكة في الدعوة إلى الله تعالى بات ضرورةً لازمةً للإفادة منها ومما تتميز به من خصائص وانتشار في تبليغ دين الله إلى الآخرين في كل مكان<sup>(1)</sup>.

ومن طبيعة ديننا الحنيف ينبثق الإعلام الإسلامي الهادف فالقرآن هو الرسالة

---

1 . سلطان العمري: الدعوة إلى الله تعالى من خلال الإنترنت،

<http://saaaid.net/afkar/Internet.htm>

الإعلامية العالمية المقدسة وأنه صالح لكل زمان ومكان ولكل الشعوب والأجيال لأنها رسالة الإسلام المعجزة بكل ما فيها وكل الدعاة والإعلاميون الإسلاميون وأصحاب الفكر والرأي والعلماء العاملون مطلوب منهم الدعوة إلى الله، لقوله تعالى: ﴿ اذْعُ إِلَى سَبِيلِ رَبِّكَ بِالْحُكْمَةِ وَالْمَوْعِظَةِ الْحَسَنَةِ ﴾<sup>(1)</sup>.

لقد وجه الأمر بالإعلام عن هذا الدين وتبليغه البشرية إلى رسول الله صلى الله عليه وسلم الدعوة في الله بالحكمة والموعظة الحسنة فكان أمراً للناس جميعاً بعموم التكليف والإقتداء بالرسول صلى الله عليه وسلم<sup>(2)</sup>.

والحقيقة أن الجهود الإعلامية التي أنجزها رسول الله صلى الله عليه وسلم لتكون أصولاً للإعلام الإسلامي وتؤكد هذه الجهود، الدور الكبير الذي طلع به الإعلام في هذا الصدد، وهي جهود استلقت انتباه الخبراء والباحثين وقد حدد الله تعالى له ركائز هذا المنهج في كلمات دقيقة واضحة لا تحتمل لبساً ولا غموضاً في العديد من الآيات الكريمة منها:

قوله تعالى ﴿ يَا أَيُّهَا النَّبِيُّ إِنَّا أَرْسَلْنَاكَ شَاهِداً وَمُبَشِّراً وَنَذِيراً ﴾<sup>(3)</sup>.

وقوله تعالى ﴿ يَا أَيُّهَا الرَّسُولُ بَلِّغْ مَا أُنْزِلَ إِلَيْكَ مِنْ رَبِّكَ وَإِنْ لَمْ تَفْعَلْ فَمَا بَلَّغْتَ رِسَالَتَهُ ﴾<sup>(4)</sup>.

---

1 . سورة النحل، آية 125.

2. عبد العزيز شرف: السيرة النبوية والإعلام الإسلامي ، م.س.ذ، ص34.

3 . سورة الاحزاب، آية 45.

4. سورة المائدة، آية 67.

وغيرها من الآيات الكثيرة التي تصلح أن تكون أصلاً من أصول الإعلام الإسلامي<sup>(1)</sup>.

ويرى بلال السكارنة أن أهداف عملية التخطيط الإستراتيجي تتضح في الآتي:

- 1- تحديد وتوجيه المسارات الإستراتيجية للمنظمة.
  - 2- صياغة وتطوير رسالة المنظمة وأهدافها.
  - 3- تحديد وتوجيه مسار العمل في المنظمة.
  - 4- تحديد وصياغة الغايات والأهداف الإستراتيجية للمنظمة.
  - 5- تحديد وتوفير متطلبات تحسين الأداء وتحقيق نمو وتقديم للمنظمة.
  - 6- التأكد من ربط الأهداف الإستراتيجية لطموحات وأهداف أصحاب الأموال والإدارة العليا ومصلحة أعضاء المنظمة.
  - 7- توجيه الموارد والإمكانات إلى الاستخدامات الاقتصادية.
  - 8- توجيه الجهود البحثية لتطوير أداء المنظمة وتدعيم موقفها التنافسي.
- التأكد من تحقيق الترابط بين رسالة المنظمة وأهدافها وما يتم وضعه من سياسات وقواعد وأنظمة عمل.

---

1. محيي الدين عبد الحليم: إشكاليات العمل الإعلامي بين الثوابت والمعطيات العصرية، ط 1، (وزارة الأوقاف والشؤون الإسلامية قطر، 1998)، ص 60-61.

تهدف عملية التخطيط الإستراتيجي في هذا المجال إلى ما يلي:

1. مواجهة عدم التأكد في بيئة عمل المنظمة.
2. التوصيف والتقييم المنهجي لبيئة عمل المنظمة ووضع استراتيجيات التعامل الفعال معها.
3. تطوير امكانيات المنظمة للتعرف على وتحليل الفرص والقيود والتهديدات وتقوّمها ووضع سبل التعامل الفعال معها.
4. تدعيم قدرة المنظمة في تحديد نقاط القوة وأوجه الضعف لديها وتحديد متطلبات التعامل الفعال معها.
5. توفير المرونة لدى المنظمة للتكيف مع التغيرات غير المتوقعة.
6. توفر أدوات التنبؤ والتقدير لاتجاهات عناصر بيئة عمل المنظمة.
7. تحديد وتوجيه قرارات الاستثمار في المنظمة.
8. تهدف عملية التخطيط الإستراتيجي في هذا المجال إلى ما يلي:
  - أ. التعرف على فرص الاستثمار الجديدة أما للمنظمة وتحديد سبل ومتطلبات الاستفادة منها.
  - ب. تحديد أفضل بدائل توفير موارد المنظمة وفق اعتبارات التكلفة والفائدة.
  - ج. تعميق احساس أعضاء المنظمة بأهمية وحتمية دراسات والتأكد من فعاليتها.
  - د. تطوير أدوات وأساليب إعداد الموازنات الاستثمارية والبرامج المالية للمنظمة.

هـ. وضع الإطار العام لأسس تحديد وتنويع مجالات أعمال المنظمة<sup>(1)</sup>.

### الإستراتيجيات والتخطيط الإستراتيجي:

إن أي منشأة مهما كان حجمها تحتاج إلى أن تدرك وضعها الحالي (أين هي الآن) وكيف تريد أن تكون في المستقبل. ومعنى آخر - تسعى كل منشأة إلى تدرك بوضوح تام ما يلي:

ما غياتها ؟

ما مجالات نشاطاتها الخارجية.

من هم المستفيدون من منتجاتها أو الخدمات التي تقدمها؟

بنيتها وهيكلها.

بيئة العمل في داخلها.

السياسات التي تتبعها.

الأطر الفلسفية التي تحكم أساليبها في اتخاذ القرار.

احتياجات البشرية والمادية.

المتطلبات الشمولية.

وباختصار إن أي منشأة تحتاج إلى تحديد إستراتيجية خاصة بها، وإلى وضع خطط إستراتيجية بنفسها.

---

1 . بلال خلف السكارنة: التخطيط الإستراتيجي، م. س. ذ، ص 95 - 96 .

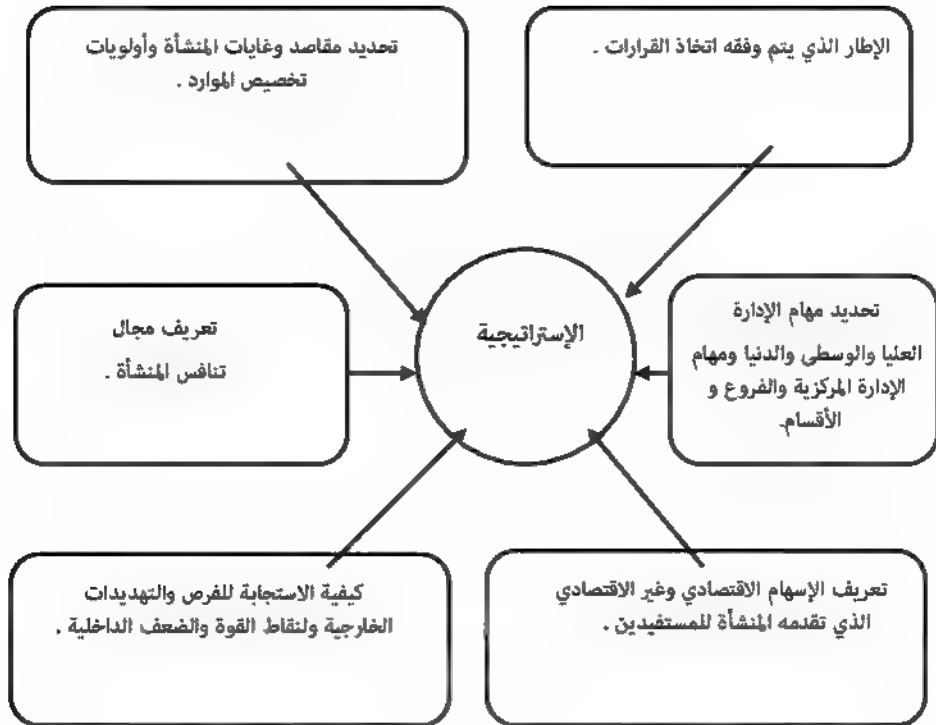


والسؤال الذي يمكن أن يتبادر إلى الذهن هو:

ما المقصود بالإستراتيجية؟ وما معنى التخطيط الإستراتيجي؟

ليس من السهل وضع تعريف للإستراتيجية في كلمات قليلة. ولعل أفضل طريقة لفهم المقصود من مصطلح الإستراتيجية هو معرفة الأبعاد الرئيسية التي تتكون منها أية إستراتيجية لأي منشأة.

فإن أي تعريف لمصطلح الإستراتيجية لا يخلو من الأبعاد الرئيسية، تبين في الشكل التالي: <sup>(1)</sup>.



1 . بلال خلف السكارنة: التخطيط الإستراتيجي، م. س. ذ، ص 97- 99 .

## المبحث الثاني

### الصراع الإستراتيجي والعقبات التي تواجه نجاح الدعوة والدعاة الإعلاميين الإسلاميين

العلم في صراع والتكنولوجيا في صراع والشبكة العنكبوتية في صراع والثقافة والفن والسياسة والاقتصاد في صراع دائم، كما أن الدعوة والدعاة في صراع مع مجتمعاتهم وجمهورهم المستقبل، ومع الساسة وصناع القرار لأنهم يريدون أن يسيّسوا الإعلام الديني ويوظفوه لصالحهم وهذه مأساة كما شاهدنا وسمعنا في البلدان التي حصل فيها ربيع عربي (ربيع دموي)، كيف تم استئجار بعض العلماء في موقع القيادة لقلب الحقائق وتزويرها والإفتاء بغير ما أنزل الله، وبيان أن المسلمين في العالم على خطأ وأنهم على صواب وذلك من خلال استباحتهم لدماء المسلمين وأعراضهم، كأنهم يريدون من الإنسان المسلم أن يصمت ولا ينطق ببنت شفه ولا يعبر عن رأيه وأنه عبداً يتلقى تعليمات فقط، وبالقوة دون أن يناقش أو يحاور وهذا مخالف لشرعنا الإسلامي.

ويرى محمد حسين أبو صالح: أن الصراع الإستراتيجي يتمثل في الأوضاع التي تتشكل من خلال استراتيجيات الدول التي تسعى عبرها لتحقيق جانب من مصالحها القومية على الساحة الدولية والتي تتناقض فيها بدرجات متفاوتة مع المصالح القومية للدول الأخرى ويستدعي لإدارته امتلاك القوى الإستراتيجية الشاملة، ويمكن أن يتضمن ترتيبات دولية للتعاون بين الأطراف المتصارعة

كالشراكات والتحالفات الإستراتيجية السياسية والاقتصادية أو بين مجموعة دول صديقة ضد أخرى.

كما قد يتضمن ترتيبات مواجهة كالترتيبات العسكرية أو الحروب الاقتصادية أو الإعلامية...<sup>(1)</sup>.

ومن خلال هذا الصراع وذاك نجد عقبات على مستوى محلي وإقليمي ودولي تواجه نجاح الدعوة والدعاة الإسلاميين والإعلاميين المخلصين والذين يخاطبون الجمهور بكل حيادية، نجد من الطرف الآخر العنصرية والعداء وإثارة النعرات ونشر البلبلة وكره وعداء للإسلام وأهله، وإخفاء الحقائق وتزييفها التي تهم الجمهور المستقبل، كالعلمانيين والليبراليين الذين يريدون أن يضعوا لأنفسهم مكان في المجتمعات المتحضرة والتي تعرف بأن هذا الكون لولا الرسل المرشدين المبلغين عن رب العالمين والرسالات السماوية التي تنير طريق ودرب الأمم والأجيال لما عرف الناس مسميات بعض الأشياء البسيطة فالرسالات السماوية منهج وعقيدة وأخلاق وآداب وعبادة وطاعة والتزام يصل بالإنسان إلى بر الأمان فهؤلاء يريدون أن يجعلوا من الإسلام والمسلمين في إقصاء عن مشاركتهم في الحياة الاجتماعية والفكرية والعلمية والبرلمانية والسياسية الخ...

ومن العقبات إبقاء الخطاب الديني متمحوراً داخلياً في غالب الأحيان وعدم ارتقاؤه إلى الخطاب العالمي وانشغال الدعاة بمشاكل وقضايا الماضي وعدم الاهتمام بالقضايا المجتمعية الحاضرة، آخرها عن التقدم في الدعوة، ومن العقبات اختلاف

---

1 . محمد حسين أبو صالح ، المرجع السابق .

الآراء في بعض قضايا الأمة التي يتم نقلها عبر الفضائيات من جدل وتعصب دون الوصول الى حل، مع العلم أن الحوار البناء والموعظة الحسنة هي أيسر الطرق سبيلاً للتفاهم والتعايش بحضارة، كما أن ظهور بعض الجبهة ممن يدعي الفهم والعلم أو أنه يتقن كافة العلوم ويخاطب الناس "المستقبل" باستخفاف واستهتار، أو ممن يخرجون عن جهل إلى مناطق ومساجد للدعوة ويأتوا بقصص وكلام في بعض الأحيان ليس له قيمة دينية أو فائدة دنيوية من حديث بـقصص مشابهة لقصص أبو زيد الهلالي أو ألف ليلة وليلة أو الحديث عن شجاعة وفرسان من يغيرون على بعضهم البعض دون التطلع إلى أن الخطاب بالدعوة لا بد وأن يشمل إما العقيدة أولاً أو الفقه أو قصص الأنبياء أو سيرة رسولنا محمد صلى الله عليه وسلم، فتركهم هذا وإتباعهم لأهواء أو أجندات لا تمت إلى الدين بصلة مما يجعل وصف المسلمين الذين يقومون بمثل هذه الأفعال بالسذاجة لأنهم غير متخصصين في علوم الشريعة، وللأسف تحضرني خاطرة بأنك أن اشتكيت من ألم في جسدك يقال لك اذهب إلى الطبيب، وإذا أردت أن تشيد بنياناً أو منزلاً فيقال لك اذهب إلى المهندس المعماري أو المدني الخ...، أما وللأسف وفي أي مجلس عام أو خاص إذا عرضت قضية من القضايا التي تخص العقيدة أو الفقه أو الفكر تجد الجميع يهب وكل منهم يدلي بدلوه جاهلاً ومتعلماً وللأسف.

كما وجرت العادة في الأسلوب والإلقاء وإيصال المعلومات هي لم تتطور حسب تطور التقنيات الحديثة في كثير من الأحيان وعدم تدريب كوادر مؤهلين من أصحاب الخبرة في العلم والدعوة والإعلام لينهضوا باستحداث وسائل حديثة

يعتمدون عليها في خطابهم للمسلمين وغير المسلمين من الجمهور ودراسة ما يلائم المجتمعات وحل مشاكلهم والوقوف بجانبهم في أزماتهم حتى يعرفوا بأن (المسلم أخو المسلم لا يظلمه و لا يسلمه، ومن كان في حاجة أخيه كان الله في حاجته، ومن فرج عن مسلم فرج الله عنه كربة من كربات القيامة، ومن ستر مسلماً ستره الله يوم القيامة)<sup>(1)</sup>.

هو الذي جعل أيضاً عائقاً من العوائق لوصول الدعوة إلى مكانها الصحيح كما كانت عليه في زمن الرسول صلى الله عليه وسلم.

وكما يقول منتصر حاتم: فلكل مجتمع خصائصه النفسية والعقدية والفكرية والسياسية والاقتصادية والاجتماعية ومن ثم ينبغي أن يكون الأسلوب والأداء كما المضمون والمحتوى يتناسب الجهة الموجه إليها الخطاب<sup>(2)</sup>.

فانعدام الديمقراطية وعدم احترام الإنسان وحقوقه في التعبير أو التبليغ، وتسييس الدين واستعباد البشر يقلل من الاهتمام بالانتماء إلى هذا الدين، ويؤيد الأفكار في مهدها فلم تتطور ولم تصل إلى ما تصبوا إليه من نجاحات.

ولقد أوجز محمد البيانوني "مشكلات الدعوة وعقباتها" التي تواجه الدعوة والدعاة داخلياً وخارجياً في نقاط أساسية تصلح للداعية بكيفية التعامل مع الجمهور، ومنها:

---

1. فتح الباري في شرح صحيح البخاري / م. س. ذ، ص 59، كتاب المظالم، باب لا يظلم المسلم المسلم و لا يسلمه، رقم الحديث 2442، ج 5، ص 97.

2. منتصر حاتم حسين: أيديولوجيات الإعلام الإسلامي، م. س. ذ، ص 209.

## 1) البصيرة الدعوية الأولى:

في هذا الجانب تكمن في تحديد مصطلح مشكلات الدعوة وعقباتها فإننا نريد مشكلات الدعوة وعقباتها مجموعة الأخطاء والمعوقات التي يقع فيها الدعاة أو يواجهونها في طريق دعوتهم، داخلية كانت أو خارجية حيث تشكل هذه الأخطاء والمعوقات مشكلة في سبيل دعوتهم.

وكثيراً ما ينصرف ذهن الناس أمام مصطلح المعوقات إلى العقبات الخارجية التي يواجهها الدعاة من قبل أعداء الدعوة، غافلين عن المعوقات الداخلية في صفوفهم ونفوسهم، مع أنها الأخطر على الدعوة والأكبر أثراً فيها.

ذلك لأن خطأ الداعية في مفهوم دعوي، أو في منهج أو أسلوب أو وسيلة، قد يفعل بالدعوة ما لا يفعله الأعداء فيها؛ لأنه مرض داخلي خفي، قد يفتك بالمريض دون أن يشعر به، وينتبه إلى ضرورة علاجه.

أما العقبة الخارجية، فغالباً ما تكون بارزة ملحوظة للدعاة والمدعويين على السواء، يحذر الناس منها، ويخططون لمواجهتها.

كما أن الخطأ الصادر عن الداعية نفسه ليس كخطأ الرجل العادي! لأن خطأ الرجل العادي قد يختص به ولا يتجاوزه... أما خطأ الداعية في مفهوم أو منهج أو أسلوب أو وسيلة يتعدى أثره إلى الآخرين، وقد تضر نتائج الدعوة كلها، شعر بذلك أولم يشعر، وقد قيل زلَّة العالم، زلَّة العالم.

ومن هنا جاء التنبيه والتحذير من خطأ القدوة والأسوة بأساليب كثيرة، فقال سبحانه ﴿يَا نِسَاءَ النَّبِيِّ مَنْ يَأْتِ مِنْكُنَّ بِفَاحِشَةٍ مُبَيَّنَةٍ يُصَاعَفْ لَهَا الْعَذَابُ ضِعْفَيْنِ

وَكَانَ ذَلِكَ عَلَى اللَّهِ يَسِيرًا ، وَمَنْ يَقْنُتْ مِنْكُمْ لِلَّهِ وَرَسُولِهِ وَتَعْمَلْ صَالِحًا نُؤْتِهَا أَجْرَهَا مَرَّتَيْنِ وَأَعْتَدْنَا لَهَا رِزْقًا كَرِيمًا (31) يَا نِسَاءَ النَّبِيِّ لَسْتُنَّ كَأَحَدٍ مِنَ النِّسَاءِ إِنْ اتَّقَيْتُنَّ فَلَا تَغْضَعْنَ بِالْقَوْلِ فَيَطْمَعَ الَّذِي فِي قَلْبِهِ مَرَضٌ وَقُلْنَ قَوْلًا مَعْرُوفًا (32) وَقَرْنَ فِي بُيُوتِكُنَّ وَلَا تَبَرَّجْنَ تَبَرُّجَ الْجَاهِلِيَّةِ الْأُولَى وَأَقِمْنَ الصَّلَاةَ وَآتِينَ الزَّكَاةَ وَأَطِعْنَ اللَّهَ وَرَسُولَهُ إِنَّمَا يُرِيدُ اللَّهُ لِيُذْهِبَ عَنْكُمُ الرِّجْسَ أَهْلَ الْبَيْتِ وَيُطَهِّرَكُمْ تَطْهِيرًا (33) وَاذْكُرْنَ مَا يُتْلَى فِي بُيُوتِكُنَّ مِنْ آيَاتِ اللَّهِ وَالْحِكْمَةِ إِنَّ اللَّهَ كَانَ لَطِيفًا خَبِيرًا (34) ﴿<sup>(1)</sup>﴾.

كما جاء في الحديث الشريف (يُؤْتَى بالرجل يوم القيامة، فيلقى في النار، فتندلق أقتاب بطنه، فيدور بها كما يدور الحمار بالرحى، فيجتمع إليه أهل النار، فيقولون يا فلان مالك؟ ألم تكن تأمر بالمعروف وتنهى عن المنكر! فيقول بلى، قد كنت أمر بالمعروف ولا آتية وأنهى عن المنكر وآتية) متفق عليه<sup>(2)</sup>.

## (2) البصيرة الثانية:

لا يشترط في الأخطاء الدعوية والمعوقات الداخلية حتى تسمى مشكلات وعقبات، أن تكون منتشرة في جميع الدعاة- وإن غلب عليها طابع العموم- ولكن يكفي فيها أن توجد في صفوف الدعاة ولو قَلَّوا، أو يعاني منها المصلحون أياً كانوا.

1. سورة الأحزاب، آية 30 - 34.

2 أبو الحسين بن الحجاج بن مسلم القشيري: جامع الصحيح المسمى "صحيح مسلم"، م. س. د، ص 55، كتاب الزهد و الرقائق \_ باب عقوبة من يأمر بالمعروف و لا يفعله و ينهى عن المنكر و يفعله، ج 7-8، ص 224.

فإن المرض الخطير إذا وجد في فرد أو أفراد دون الانتباه إليه، سرعان ما يعم وينتشر في الآخرين وهم في غفلة عنه، نظراً للتداخل في العلاقات الإنسانية، وسهولة الاتصال بين الناس.

فلا يستغرب أحد من ذكر خطأ أو مرض دعوي سلمه الله منه، ولكن عليه أن يحمد الله على سلامته، وأن يحذر منه غيره، ويحذر منه الآخرين، حرصاً على سلامة الدعوة من جهة، ووقاية منه قبل وقوعه من جهة أخرى.

### (3) البصيرة الثالثة:

أن يعلم الدعاة أن من التفريط في حق الدعوة، أن تهمل المشكلات والعقبات، ويتجاهل أمرها، حتى تتمكن في طريق الدعوة ويصعب علاجها، كما أن من الإفراط أيضاً أن تضخم الأخطاء والمشكلات، فتصور المشكلة الخفيفة والخطأ الصغير عقبة كؤوداً يعجز الناس عن حلها وتصحيحها، فتوقع الناس في اليأس والقنوط.

ذلك لأنه ما من داء إلا وأنزل الله له دواء، وما على الدعاة إلا أن يجتهدوا في معرفة الداء وتشخيصه، ويبدلوا وسعهم في علاجه، والحد من انتشاره، ويفكروا في طرق الوقاية منه، فالأمر كله بيد الله، قال تعالى ﴿وَالَّذِينَ جَاهَدُوا فِينَا لَنَهْدِيَنَّهُمْ سُبُلَنَا وَإِنَّ اللَّهَ لَمَعَ الْمُحْسِنِينَ﴾<sup>(1)</sup>.

---

1. سورة العنكبوت، آية 69.



#### (4) البصيرة الرابعة:

إن من الحكمة في معالجة مثل هذه الأخطاء الدعوية ومواجهة تلك المشكلات أن يهتم الدعاة بمعالجة أخطائهم، ومجاهدة أنفسهم قبل أن يتجهوا إلى علاجها في غيرهم.

فقد كان السلف الصالح - من العلماء والدعاة - يقدمون تزكية أنفسهم على تزكية أنفس الآخرين، ويشغلون بعيوبهم عن عيوب غيرهم.

أما نحن فكثيراً ما نُشغل بعيوب الآخرين عن عيوبنا، بل ربما يرى بعضنا القذاة في عين أخيه، ولا يرى الحصة في عينه، مما عقّد المشكلة وأخر الشفاء.

#### (5) البصيرة الخامسة:

أن يعلم الدعاة أن من توجيهات القرآن الكريم في تشخيص المشكلات، وكشف الأخطاء، أن يُرجع فيها إلى النفس، قبل أن يبحث عنها في الآخرين، ويوجه اللوم إليهم، قال تعالى ﴿وَمَا أَصَابَكُمْ مِنْ مُصِيبَةٍ فَبِمَا كَسَبَتْ أَيْدِيكُمْ وَيَعْفُو عَنْ كَثِيرٍ﴾<sup>(1)</sup>. وقال أيضاً ﴿أَوْ لَمَّا أَصَابَتْكُمْ مُصِيبَةٌ قَدْ أَصَبْتُمْ مِثْلِهَا قُلْتُمْ أَلَيْ هَذَا قُلْ هُوَ مِنْ عِنْدِ أَنْفُسِكُمْ إِنَّ اللَّهَ عَلَى كُلِّ شَيْءٍ قَدِيرٌ﴾<sup>(2)</sup>

وقال سبحانه ﴿مَا أَصَابَكَ مِنْ حَسَنَةٍ فَمِنَ اللَّهِ وَمَا أَصَابَكَ مِنْ سَيِّئَةٍ فَمِنْ نَفْسِكَ وَأَرْسَلْنَاكَ لِلنَّاسِ رَسُولًا وَكَفَى بِاللَّهِ شَهِيدًا﴾<sup>(3)</sup>.

1 . سورة الشورى، آية 30.

2 . سورة آل عمران، آية 165.

3 . سورة النساء، آية 79 - 78.

ولكن كثيراً منا اليوم إذا أصيب بمصيبة أو اعترضت طريقه عقبة، أعاد الأمر مباشرة إلى غيره، غافلاً عن تسببه في ذلك.

وإذا ما سئل عن فشل أو إخفاق دعوي، تعلل بقوة أعدائه ومكرهم، قبل أن ينظر إلى نفسه ونفس الدعاة من حوله، بدلاً من أن يعلله مثلاً بغفلة المسلمين وتفرقهم.

#### البصيرة السادسة:

في ضرورة تفهم أبعاد الذنب والخطأ الدعوي وأخطاره؛ فإن الذنوب والأخطاء التي تستوجب التوبة والمراجعة ليست محصورة في مجال الأحكام العقدية والتعبدية، وإنما قد توجد في الأحكام الدعوية، والأحوال النفسية.

فإن الخروج عن المفهوم الصحيح في أمر من أمور الإسلام ذنب، والانحراف عن أصول الدعوة والخروج عليها ضلال، ومجانبة المنهج الحكيم والأسلوب السليم مهما قلّت خطأ، وكل ذلك يستوجب مراجعة وتوبة.

بل إن الخطأ والذنب في جانب المنهج غالباً ما يكون أعظم إثمًا وأكثر أثراً من الخطأ في الحكم الواحد، والمسألة الواحدة؛ لأن الخطأ في الحكم والمسألة قد ينتهي في وقته، ويسهل تداركه، أما الخطأ في المنهج والأسلوب فكثيراً ما تترتب عليه أخطاء أخرى، وتنتج منه آثار وخيمة لا تحصي<sup>(1)</sup>.

كما أن هناك عقبات مؤثرة تواجه الدعوة والدعاة محلياً وإقليمياً ودولياً كالغزو الفكري بكافة وسائله سواء كان تهجم على الدين أو المسلمين أو على النبي محمد صلى الله عليه وسلم، أو التحريض على العلماء والدعاة والمفكرين والإعلاميين

---

1 . محمد أبو الفتح البيانوني: الدعوة للإسلام، م. س. ذم <http://www.beyanouni.com>.

العاملين أو بالتسلط عليهم وزجهم في السجون، أو اقصائهم من وظائفهم وأعمالهم واتهامهم بالأصولية والإرهاب وإلصاق التهم بهم بأنهم أساس هدمٍ لا بناء.

كما أن هناك من العقبات الخطر الذي يواجهه الإعلاميون والعلماء والمفكرون من العلمانيين والقوميين والليبراليين وغيرهم ممن ينتمون إلى أفكار هدامة واتهامهم بأن المسلمين ينشرون الفوضى ويعبثون بعقول الناس ويزورون الحقائق وكل ذلك شاهدناه من هؤلاء أصحابي الأفكار المسمومة بدعم من الساسة والمسؤولين عبر وسائل الإعلام الحكومية من تلفاز، وفيديو، ووسائل اتصال مباشر عبر الفضائيات "الفضاحيات"، وغيرها من وسائل لتحليل ما هو محرم، ونشر الفساد، وإباحة الجريمة، والسخرية من علماء المسلمين، وقتل أبناء الأمة بدون وازع بدعوى أنهم إرهابيون أو أصوليون أو تكفيريون وهذا كله على مرآى العالم ولم نجد لا مؤسسات حقوقية ولا مدنية تطالب بوضع حد لهذه الانتهاكات الصارخة سواء ممن يتسمون بأسماء إسلامية وللأسف قادة أو زعماء برفع الظلم والدمار عن الشعوب العربية والإسلامية في منطقتنا العربية.

ولا بد هنا من التنويه بما أوصى به المؤتمر العالمي لتوجيه الدعوة وإعداد الدعاة المنعقد في عام 1397 هـ \_ 1977 م بمدينة رسول الله صلى الله عليه وسلم منندا بحال الإعلام في البلاد الإسلامية:

ويندد المؤتمر بالهوة السحيقة التي تردى فيها إعلامنا ولا يزال يتردى، عن علم من القائمين به أو عليه أو عن جهل منهم، فبدلاً من أن يكون الإعلام في البلاد الإسلامية منبر دعوة للخير، ومنار اشعاع للحق صار صوت افساد وسوط

عذاب... وسكت القادة فأقروا بسكوتهم أو جاوزوا ذلك فشجعوا أو حموا... وزلزل الناس في إيمانهم وقيمهم ومثلهم... ولم يعد الأمر يحتمل السكوت من الدعاة إلى الحق<sup>(1)</sup>.

إذا كان نتاج مؤتمر قبل أكثر من 30 عاما خرج بهذه التوصيات فما بالناس في هذه الأيام؟! الذي وصلت فيه تكنولوجيا المعلومات، والحاسوب، ووسائل الاتصال المباشر وغير المباشر مقروء أو مسموع أو مكتوب، فالأمر لما تمر به الأمة العربية والإسلامية من تسلط على جسدها وفكرها وعقيدها، وبلادها ومقدساتها واستباحة أعراضها، وتدمير وقتل وتعذيب لأبنائها من أهل السنة وبدعم أممي ودولي ومحلي كي لا يرتفع صوت لعلماء الأمة ولا لمفكريها ولا لدعاتها ولا لإعلاميها المخلصين والعالم ينظر نظرة المتفرج وكأنه ينظر إلى مباراة لكرة القدم.

فوا حسرتاه على أمة تزعمها جهلاء يبغضون الإسلام والمسلمين وكل من يقف معهم وما ذلك إلا لأنهم يعرفون أن الحق والعدل والإنصاف بشرع الله وعقيدته، ولا بد إلا وأن يأتي يوم يتربع فيه أهل الحق من دعاة وعلماء ومفكرين وإعلاميين مميزين على سدة السلطة فيحموا البلاد والعباد من الجهل والتطرف والاستعباد والذل والهوان، ويعطوا كل ذي حق حقه.

قال تعالى: ﴿إِنَّ الْحُكْمَ إِلَّا لِلَّهِ﴾<sup>(2)</sup>.

---

1 . علي محمد جريشة و محمد شريف الزبيق: أساليب الغزو الفكري للعالم الاسلامي، ط1، (القاهرة - مصر ، دار الاعتصام ، 1397هـ 1977م)، ص 73.  
2 . سورة يوسف، آية 40.

ولبلال خلف كلام عن العقبات و المصاعب التي تواجه نجاح الدعوة و الدعاة في التخطيط الاستراتيجي منها:

### 1- التغير و التبدل السريع في البيئة:

هما أن الإستراتيجية هي خطة بعيدة المدى (5 سنوات فما أكثر) فإنها بحاجة إلى استقرار الظروف التي تحيط بها خلال هذه الفترة و أن التغيرات السريعة تؤدي بالإستراتيجية إلى مواجهه و اقع جديد يختلف عن الواقع الذي بنيت عليه مما يؤدي إلى تعثرها و ربما فشلها.

2- عدم قدرة الإدارة على تحديد الأهداف و بناء خطة استراتيجية بالرغم من أن الإدارة قد تتوفر لديها إيمان كامل بأهمية التخطيط الإستراتيجي و ضروراته و لكنها لا تملك مقومات و قدرات على وضع الخطة الإستراتيجية وتحديد أهدافها و خططها التنفيذية حيث أن الخطة هي أولاً و آخراً تعبر عن إمكانيات المنظمة الذاتية و أن استعانت بالغير في و ضع خططها لكنها لن تكون قادرة على تنفيذها.

### 3- مقاومة بعض العناصر في المنظمة للتغيير:

إن من أول مهام التخطيط الإستراتيجي أحداث تغيرات في عمل المنظمة نحو الأفضل وتبني سياسات وبرامج وإجراءات لهذا الغرض وقد تعمل بعض العناصر في المنظمة التي عهدت السياسات القائمة وإجراءاتها وتعودت عليها إلى رفض السياسات الجديدة والتمسك بواقعها القائم.

#### 4- الموارد المالية للمنظمة:

من المعروف أن أي خطة استراتيجية مهما كانت طموحاتها وحسن صياغتها فإنها قد تصطدم بعقبة الموارد المالية التي يتعين على المخطط التفكير بها منذ البداية لأن عدم توافر الأموال اللازمة لتغطية نفقات الخطة يؤدي بها إلى التوقف وربما الفشل.

#### 5- عدم وضوح المسؤوليات داخل المنظمة وضعف هيكلها التنظيمي:

إن عدم توزيع المسؤوليات والصلاحيات على المستويات الإدارية المختلفة في المنظمة مع وجود هيكل تنظيمي يلبي حاجات العمل الإستراتيجي يعتبر إحدى أهم العقبات في نجاح الخطة الاستراتيجية.

#### 6- انشغال المستويات الإدارية العليا بالمشكلات الروتينية اليومية:

إن إعطاء الأعمال اليومية الاهتمام الأول وعدم الاكتراث بالمشكلات الإستراتيجية التي تنهض بالمنظمة وتعمل على تطويرها يلهي المنظمة ويمنعها من الانصراف إلى وضع خطة استراتيجية تنهض بها إلى الأمام.

#### 7- المعلومات والبيانات الإحصائية:

تقوم الخطة الإستراتيجية على بعض الأسس المهمة منها دراسة الماضي والحاضر والتنبؤ بالمستقبل بما في ذلك البيئة الداخلية والخارجية ولكي تكون هذه الأسس صحيحة لابد من توفر بيانات ومعلومات كافية لهذا الغرض، ويعكسه يواجه المخطط صعوبات في بناء أهدافه وسياساته المستقبلية ورسم خطة استراتيجية سليمة.

## 8- ربط التخطيط الإستراتيجي بفترة الأزمات:

يسود الاعتقاد بأن التخطيط الإستراتيجي هو عمل لمواجهة الأزمات وهذا اعتقاد خاطئ يقلل من أهمية التخطيط ويقلص من دوره في تطوير المنظمة ونجاحها حيث أن التخطيط الإستراتيجي أسلوب لكل الظروف وضروري للمحافظة على ديمومة المنظمة واستمرارها.

تظهر معوقات التخطيط الإستراتيجي ملخصة بالشكل الآتي:<sup>(1)</sup>



1 . بلال السكارنة : التخطيط الإستراتيجي، م. س. د، ص 108- 110 .

## المبحث الثالث

### محاوِر إستراتيجية الإعلام الدعوي

يرى فتحي يكن أن من طبيعة الدعوة الإسلامية أنها موجهة إلى الناس - لكل الناس - على اختلاف أعمارهم وطبقاتهم وثقافتهم وبيئاتهم وميولهم واتجاهاتهم.. وهذا يفرض على الدعاة أن يكونوا حكماء بارعين في نقل آرائهم ومفاهيمهم إلى هذه الأصناف الشتى من الناس. وبالتالي يوجب عليهم أن يعرفوا من أين تؤكل الكتف وكيف.. والداعية الموفق الناجح هو الذي يعطي كل انسان ما يلزمه من أفكار وتوجيهات، ويحاول أن يقنعه بما يؤثر فيه بأسلوب حكيم.. ولذا من واجب الداعية أن يتعرف إلى الشخص الذي يود دعوته إلى الإسلام.. فيتعرف إلى أفكاره ومفاهيمه وتصوراتهِ ويكتشف علله ومشكلاته.. وهذا من شأنه أن يوفر للداعية التشخيص والمعالجة الناجحين.. وفي كثير من الأحيان يفشل الداعية في اجتذاب العناصر الجديدة إلى دعوته فمرده إلى سوء تقديره لنقطة البدء وسوء تشخيصه للعلّة المراد تطبيقها.. لذا لا بد من منهج قياسي واضح تحدد بواسطته نقطة البداية، ويعرف بواسطته الداعية - كل داعية - كيف يبدأ ومن أين.. فالأموذج القياسي ينبغي أن تحدد موصفاته وأطواره على الشكل التالي:

أولاً: طور بناء العقيدة: أي ايجاد الفكر الصحيح عن الكون والإنسان والحياة.. وهذا الطور الأساسي في تكوين الشخصية الإسلامية الدعوية لأنه القاعدة التي تتمخض عنها سائر الأطوار ومن شرائط هذا الطور تحقق الإيمان بالإسلام وأنه المنهج المبرر من عوامل العجز البشري، لأنه من لدن عليم خبير قوي قدير.



ثانياً: **طور التطبيق:** أي طور تجسيد النظريات الإيمانية سلوكاً إسلامياً صحيحاً.. ولذلك كان من مقتضيات هذا الطور دعوة المرء إلى أخذ نفسه بما يوافق عقيدته وينسجم انسجاماً كلياً مع التشريعات المنبثقة عن هذه العقيدة.. وهذا يقتضي النزول عند أحكام الإسلام وأوامره في كل شأنه، وصياغة حياته وفق المنهج الرباني سواء في نطاق العبادة أو السلوك أو التصرف.

ثالثاً: **طور الانخراط في العمل الدعوي الجاد والقيام بالعمل الجماعي** إن لم يستطع بمفرده مواجهة الواقع الجاهلي وتقويضه ومن شرائط هذا الطور تأدية أركان الإسلام وتحري السنة الصحيحة.. والتورع عن الشبهات.. واجتناب المحرمات.. ومراقبة الله عز وجل في كل صغيرة وكبيرة، والقيام بإصلاح أهله وزملاءه والمقربين منه.. وأن يقوم بواجب الأمر بالمعروف والنهي عن المنكر ولو كان وحيداً ليس له سند.. فهذه هي الأطوار الرئيسية التي تؤلف بترابطها وتلاحمها خطاً قياسياً يمكن اعتماده أو الاستفادة منه في نطاق الدعوة إلى الله.<sup>(1)</sup>

قال تعالى: ﴿وَقُلْ اَعْمَلُوا فَسَيَرَى اللّٰهُ عَمَلَكُمْ وَرَسُولُهُ وَالْمُؤْمِنُونَ وَسَتُرَدُّونَ اِلٰى عَالَمِ الْغَيْبِ وَالشَّهَادَةِ فَيُنَبِّئُكُمْ بِمَا كُنْتُمْ تَعْمَلُونَ﴾<sup>(2)</sup>

يرى الباحث أن ما تقوم به وزارة الأوقاف من استراتيجية للإعلام الدعوي في الأردن حيث قلة الإمكانيات والموارد فنجد في كل عام أن وزارة الأوقاف والشؤون والمقدسات الإسلامية في شهر رمضان خاصة تقوم بتوجيه دعوات لعلماء

---

1 . فتحي يكن: كيف ندعو إلى الإسلام ؟ (بيروت- لبنان: بدون طبعة، مؤسسة الرسالة)، ص 21 - 26

2 . سورة التوبة، آية 105.

ومفكرين ودعاة وإعلاميين بإعداد بحوث ومواضيع تهم الجمهور المسلم وغير المسلم وقيام البعض بإعطاء محاضرات تتحدث عن منهجية الدعوة والدعاة ويتحدثون عن الفكر وإعجاز القرآن الكريم وعن المناسبات الدينية هذا من ناحية، كما أن للوزارة استراتيجية في توجيه الوعاظ والدعاة والإعلاميين وأئمة المساجد وخطبائها للخروج إلى أماكن متعددة في المملكة لإبراز أهمية الإسلام ومكانة الدعوة والإعلام والتحدث بكافة المجالات الحياتية والدينية لتثقيف وتوعية الناس في شمال وجنوب وشرق وغرب المملكة إيماناً منها بإخراج نشيٍ جديد يحمل أفكاراً حضارية مدنية، بعيدة عن العنف والتكفير والإرهاب، ذات صلة بحياتهم الاجتماعية والعلمية والاقتصادية والدينية، وتوفير فرص عمل لهم.

مما جعل لهذه الجولات صدًى واسعاً على كافة الأصعدة محلياً وتأثيرها المباشر على الجمهور الأردني حتى في البوادي والهجر مما عزز روح التواصل بين أبناء المملكة والدعاة والعلماء والمفكرين ويتحدثون عن هذه الجولات في مجتمعاتهم العامة والخاصة.

كما تقوم الوزارة أيضاً باستقطاب الدعاة العصريين في منتديات علمية على مدرجات في الجامعات الأردنية والمحاضرات في مسجد الشهيد الملك عبد الله الأول ومساجد أخرى في المملكة، فيتحدثون إلى الجمهور بمشاكل العصر وما يعانيه الدعاة في نشر عقيدة التوحيد والفكر الوسطي وما يتعلق بأمور الدين وما يشغل فكر الجمهور ببعض الفتاوى والآراء والتوجهات والإطلاع على ما جد من كتب علمية إسلامية فكرية مرتبطة مع العلوم العصرية التكنولوجية عبر كافة الوسائل

الإعلامية والتي يتم من خلالها في كثير من الأحيان التواصل مع الجمهور المستقبل حتى لا يتم الانقطاع عن العامة والخاصة من الجمهور.

كما يتناول الدعاة والمفكرون والعلماء مواضيع مهمة كالتطرف والإرهاب، والعنف وعدم العنف، واحترام الرأي الآخر، والحديث عن حقوق الإنسان والعولمة، والعلمانية الخ...

أيضاً و يتناولون في محاضراتهم ومخاطبتهم الفكر، والفكر الإسلامي، والإعلام في الإسلام والعلوم القرآنية، ويتحدثون عن الاقتصاد والسياسة والأمر العسكري والانتماءات المذهبية ومدى تأثير ذلك على الجمهور المستقبل، ولا ننسى ما تقوم به أسرة المنتدى العالمي للوسطية بالمساهمة في إيصال العلم الشرعي والأدبي والفكري والعقدي من خلال استقبال مساهمات كتابية في المجلة لأصحاب القلم من الكتاب، والمثقفين الباحثين في أقسام الفكر الإسلامي، والعلوم الإنسانية والاجتماعية والسياسية والفكرية والتربوية، والموضوعات ذات الصلة بالمشروع الحضاري الإسلامي الراهن، وكل ما له صلة بقضايا وشؤون الساحة الثقافية الإسلامية المعاصرة على وجه العموم، كما ويطلب المنتدى من هؤلاء أن تكون مساهماتهم المرسلة أن يراعوا فيها القواعد المتعارف عليها في البحث العلمي من حيث توثيق المصادر والمراجع والنصوص الموضوعية، والمنهجية في الكتابة، والابتعاد عن الأسلوب الخطابي، مع مراعاة الجوانب الأدبية والجمالية في الكتابة، حتى تخرج المجلة بأفكار وعلوم على كافة المستويات ليستفيد منها الباحث والقارئ والجمهور عموماً.

وإلى جانب ذلك ما تقوم به المجالس العلمية الهاشمية في رمضان والمسابقات الهاشمية الدولية لتحفيظ القرآن الكريم للإناث والبنين، دور كبير في مساهمات فاعلة على المستوى المحلي والإقليمي لإخراج جيل محافظ على القرآن الكريم.

وما تقوم به وزارة الأوقاف من إعداد لُواكب الحجيج وتدريب الدعاة والمرشدين على كيفية التعامل مع الحجاج، ومن ثم كيفية تعليم الحجاج وتعريفهم على مناسك العمرة والحج، أحدث تأثيراً في أداء المناسك بكل يسر وسهولة عند خروجهم إلى الديار المقدسة، مما عزز روح التوعية لديهم.

كما أن هناك موقع المحتسب ومركزه والمشرف عليه عبد الله الوطيان بالمؤتمر الذي عقد في الاردن بعنوان (فعاليات مؤتمر الإصلاح بين التأصيل الشرعي ومتطلبات العصر) ونظمتها الجمعية الأردنية للثقافة المجتمعية حيث شارك في المؤتمر العديد من العلماء والدعاة من دول عربية شتى حيث أجريت فعاليات المؤتمر في 25-26/4/2013 م الموافق 15-16/6/1434 هـ

#### الاتجاهات الرئيسية لإستراتيجية الدعوة:

لا بد لكل إستراتيجية من غايات تصل إليها عن طريق الأهداف المرسومة، وتتضافر العناصر الإستراتيجية الأخرى من إدارة وتخطيط وتحليل لبلوغ هذه الغايات. الاتجاهات الرئيسية لإستراتيجية الدعوة تعني باتجاهين يمثلان المسار الذي يوصل إلى الغاية، حيث المسار الأول يهتم بالبيئة الداخلية وهي بيئة المسلمين، هذه البيئة التي لا بد من تأمين وبسط قيم الدين فيها، عن طريق الدعوة إلى مكارم الأخلاق

والأمر بالمعروف والنهي عن المنكر، فهذا الاتجاه يحتاج إلى جهد دعوي ويمثل أحد اتجاهات الدعوة.

أما الاتجاه الآخر فهو البيئة الدولية حيث أمرنا كمسلمين بتبليغ الدعوة الإسلامية إلى العالم غير المسلم وذلك وفق تخطيط إستراتيجي يستهدف هذه البيئة العالمية محلاً لواقعها ولما هو مطلوب لتبليغ رسالة الإسلام إليها، وعن هذين الاتجاهين الرئيسيين يقول محمد حسين أبو صالح: إن إستراتيجية الدعوة تسير في اتجاهين هما: تأمين وتقوية الجبهة الداخلية الإسلامية عبر التنمية الأخلاقية للأفراد. أما الاتجاه الثاني فهو تبليغ الدعوة إلى البيئة الدولية، وبالنظر إلى طبيعة البيئة التي تتعامل معها الدعوة والتحديات التي تواجهها يتضح أن امتلاك القوة الإستراتيجية يشكل التوجه الرئيس لإستراتيجية الدعوة باعتباره العمود الفقري لنجاح الإستراتيجية، تشكل القوة الإستراتيجية من خلال امتلاك عناصر القوة في المجالات السياسية والاقتصادية والاجتماعية والعسكرية.

إن تبليغ الدعوة ميدانه عالمي وما الجهود القطرية إلا لتصب في الجهد العالمي فهو الميدان المقصود وإليه تنتهي غايات الدعوة: إن بلورة الرؤية الإستراتيجية الإسلامية - الرؤية العالمية - لا يمكن التوصل إليها إلا في حالة وجود رؤى إستراتيجية على مستوى الدول، وهذا يعني أن العمل على المستوى المحلي الذي يقود إلى بلورة الرؤية الإستراتيجية على مستوى الأقطار وبالتالي وحدة الأمة المسلمة في القطر المعين هو

المدخل للرؤية العالمية التي ستعني حينها وحدة الأمة الإسلامية تجاه قضاياها الإستراتيجية ووحدة مشاعرها.

ويضيف محمد حسين أبو صالح: إن وجود ووضوح الرؤية الإستراتيجية الإسلامية العالمية والتوحد حولها في ظل امتلاك القوة الإستراتيجية هو السبيل ليس لإفشال المخططات الإستراتيجية الصليبية وحسب بل وأيضاً العبور فوق ذلك نحو تحقيق مفهوم إستراتيجية الدعوة الإسلامية ووصولها إلى كافة بقاع العالم.<sup>(1)</sup>

### استراتيجية إدارة الأزمات الدعوية:

يتعرض العالم الإسلامي لأزمات تستهدفه كأمة إسلامية كما حدث إبان الرسوم المسيئة للرسول عليه السلام في العالم، بالدغمارك كما تتعرض الدولة المسألة لأزمة تستهدفها في دينها وقد تتعرض الأقليات المسلمة هي الأخرى إلى أزمة. كل هذه الأزمات من الأفضل أن تدار بواسطة إستراتيجية واضحة تضع الخطط الإستراتيجية والتحليل الإستراتيجي لمواجهة هذه الأزمات وذلك لمنع تكرارها والاستعداد لأي أزمة طارئة يتعرض إليها المسلمون.

يرى المختصون أن الأزمة تمر بثلاث مراحل هي مرحلة ما قبل الأزمة ومرحلة التعامل مع الأزمة ومرحلة ما بعد الأزمة.

---

1 . علي عيسى عبد الرحمن : الإدارة الاستراتيجية للدعوة الإسلامية ( مفهومها - اتجاهاتها - عناصر نجاحها ) ، موقع الفكر الإسلامي .

تأتي مرحلة التعامل مع الأزمة وإدارتها من أهم المراحل التي تحتاج إلى عمل فريق عمل يدير هذه الأزمة مع مراعاة ضبط النفس والسيطرة على ردود الأفعال مع المبادرة إلى قطع الفتن والمنازعات وتسكين الغضب.

ضمن التعامل مع الأزمة تحديد الرسالة الإعلامية الموجهة إلى الجمهور.

أما مرحلة ما بعد الأزمة فهي تحتاج مواصلة الاهتمام بالأمر والجمهور وتقييم عمل خطة الأزمة واستجابة الإدارة والعاملين.

لإدارة الأزمات التي تواجه المسلمين لا بد من تكوين قاعدة بيانات لجمع أكبر عدد من المعلومات بالأزمة المعنية. كما تجب الاستفادة من كل المراكز الدعوية ومراكز الثقافة الإسلامية والمؤسسات الدينية واستنفارها لمواجهة الأزمة كل من منطلقه. وإنشاء مراكز خاصة بإدارة الأزمات يظل هو الأصل لإدارة الأزمات حيث يتولى التنسيق مع كل الجهات التي تحمل الهم الإسلامي. وهذه المراكز هي التي تتولى إقامة التجمعات والمهرجانات التي تدير الأزمة عبرها ويهتم مركز إدارة الأزمات بنشر وطباعة الكتب والإصدارات المختلفة الخاصة بالأزمة المعنية. ويمكن لمراكز إدارة الأزمات أن تقوم بدراسة استشاري يتم بموجبها التنبؤ بالأزمات القادمة والتي تواجه العالم الإسلامي وتأتي أهمية هذه الدراسات الإستشارية لإقامة دورات تدريبية خاصة بالأزمات المتوقعة حدوثها. ومن فائدة الدراسات الإستشارية هذه الثغرات.

كما تأتي مهام مراكز الأزمات هذه بتذكير المسلمين بضرورة الرجوع إلى الله عن حدوث الأزمات والتقرب إليه بالصلوات والدعاء مع الصبر كما فعل والد

يوسف<sup>(١)</sup> ﴿وَجَاوُوا عَلَى قَمِيصِهِ يَدَمٍ كَذِبٍ قَالَ بَلْ سَوَّلَتْ لَكُمْ أَنْفُسُكُمْ أَمْرًا فَصَبْرٌ جَمِيلٌ وَاللَّهُ الْمُسْتَعَانُ عَلَى مَا تَصِفُونَ﴾<sup>(٢)</sup>.

### المحاور الرئيسية في الاستراتيجية كما يراها جمال البنا:

أولاً: الاستراتيجية المطلوبة يجب أن تكون إستراتيجية تثوير وبناء جديد.

أ - قامت الدعوات الإسلامية المعاصرة بفكرة الدفاع عن الإسلام وإبراز محاسنه الخ...

والإسلام محفوظ بحفظ الله، والدفاع عنه مهمة المفكرين والكتاب. أما الدعوات الإسلامية فليست مهمتها الدفاع عن الإسلام ولكن إنهاء المسلمين وهي المهمة التي لم تتصدر لها، وكانت النتيجة حدوث فراغ وانعدام وجود الدعوة الإسلامية الحياتية، الشعبية.

وتركيز الدعوات الإسلامية جهودها للدفاع عن الإسلام، وليس العمل لإنهاء المسلمين كان أمراً طبيعياً منها لأن إنهاء المسلمين يتطلب أن تأخذ الدعوة الإسلامية طبيعة عملية ثورية حيوية، ولم يكن لدى المدعوات الإسلامية لا الشجاعة ولا التأصيل النظري لثورة التغيير الإسلامية.

ب- النظم الحاكمة القائمة مترهلة ومتضاربة فضلاً عن فسادها، وقيام معظمها على وسائل ديكتاتورية.

---

1 . علي عيسى عبد الرحمن ، المرجع السابق .

2 . سورة يوسف، آيه 18.



مفروضة على الشعوب وتربطها بالقوى الدولية تحالفات أريد بها الحماية المتبادلة كما أن المؤسسة الدينية اصطنعت بحكم وضعها ولأسباب التي أشرنا إليها في المدخل موقف الحفاظ على الوضع القائم ومقاومة كل جهود التغيير.

ج- لا يملك إرادة وقوة التغيير على أساس نظري متكامل إلا النظرية الماركسية والدعوة الإسلامية.

وقد تهاوت الأولى لفقدانها الحرية بينما عجزت الثانية عن الفعالية لتجمدها وتقوقعها وفقدانها التفكير والتعامل مع المستجدات.

د- بحكم التاريخ الذي جعل الدين جذر الحضارة في هذه المنطقة، حتى قبل الإسلام.

ولأن اللغة العربية لغة الفكر- هي لغة القرآن الذي حماها من الإذابة في اللهجات الإقليمية، ولأن القيم التي غرسها الإسلام هي التي كونت وجدان شعوب المنطقة. فلا بد لاستراتيجية النهضة أن تكون إسلامية وأي استراتيجية أخرى ستكون غريبة مستوردة، ولن تلمس نبض الشعب ولن تتجاوب معها الجماهير العريضة.

هـ- وهناك عامل آخر يفرض "الإسلامية" على الاستراتيجية هو أن غول العولمة وقواه الكاسحة من مال أو سلاح يمكن أن يدمر شخصية الأمة تماماً ويذيقها ليعيد صياغتها كما يشاء.

الإسلام وحده هو المذي يقوى على صد هذه الغائلة - وليس هناك بديل فالاشتراكية، والقومية العربية، والوطنية كلها تهاوت كبيوت من ورق، ولا يمكن أن نجد كتاباً كالقرآن، ولا أسوة كالرسول ولا كوكبة من القادة كالصحابة فضلاً

عن ذكريات وجهود وعلماء وشهداء على مدار ألف وأربعمائة عام، وليس مطلوباً ولا هو مستطاع أن تمحو الذاكرة التاريخية للأمة، أو أن نبدأ من فراغ أو أن نستجدي النظم، فهذا كله عبث. الإسلام وحده هو الذي يمكن أن يقف أمام خطر إذابة العوامة.

و- وقضية التنمية التي هي التحدي الأول أمام الدول الإسلامية لا يمكن أن تحقق إلا باعتبارها معركة حضارية إيمانية يعبأ لها الشعب باعتبارها الصورة الحقيقية للجهاد. والإيمان الإسلامي هو القوة الرافعة التي ترفعها من أرض المكاتب والقواعد إلى سماوات الإنجاز، والطاقة المجانية التي تكفل لها دوام العمل ولن يتوفر هذا إذا قامت الحكومات والخبراء، والفنيون أو أعتمدت على الإعانات والاستثمارات والقروض وسياسات البنك الدولي فهذه كلها تربطها بالعوامة وتخضعها لمصالح الدول الكبرى والمؤسسات العملاقة.<sup>(1)</sup>

ثانياً: إذا أريد تطبيق الاستراتيجية المنشودة فلا بد من تقديم فهم جديد للإسلام يختلف تماماً عن الفهم التقليدي السلفي المتقوقع الذي ظهر عقمه، ويقوم على تثوير القرآن بمعنى إعادته كما كان أداة لخلق مجتمع جديد وإخراج الناس من الظلمات إلى النور.

أ- يشترط في هذا الفهم أن يكون إسلامياً أصيلاً لا يقوم على التلفيق أو التطويع ويبرأ من الأثر الاعتزالي أو التبريري وأن تتوفر له في الوقت نفسه الفعالية إزاء

التطورات والمستجدات وتحديات العصر كموضوعات المرأة والفنون والعدل والنظم السياسية والاقتصادية وحرية الفكر وحقوق الإنسان وكرامته الخ...

ب- لا يمكن التوصل إلى هذا الفكر وبلورته إذا وضعنا كمرجع لها الفكر التراثي كائنا ما كان والمصدر الوحيد الذي يسعفنا هو القرآن الكريم ومن ثم فإن هذا الفكر يجب أن يكون له منبع وحيد هو القرآن ومصب أخير هو الإنسان ووسيلة هي تثوير المجتمع

ولا يعنى هذا استبعاد السنة، لأن مرجعية الرسول منصوص عليها في القرآن. فالأخذ بها أخذ بالقرآن، وإذا كان الإسلام قد كتب بحروف القرآن فإن السنة هي النقط على هذه الحروف ولا يمكن فهم الكلمات دون النقط، ولكن النقط أيضا محكومة بالحروف نفسها التي لا يمكن بغيرها أن يكون للنقط معنى فالسنة مبينة وليست منشئة أو مغيرة إلا على سبيل الاستثناء.

والرسول في هذه الاستراتيجية هو بتعبير القرآن "أسوة" المؤمنين جميعا، وعلى نقيض ما يرى الفقهاء التقليديون، فإن ما وضعه الرسول لسياسة الحكم قد يكون أهم وأبقى مما وضعه من تفاصيل الشعائر.

ج- لابد أن يكون هذا الفهم شاملا لكل جوانب المعرفة الإسلامية من فقه وحديث وتفسير.

وأن ينبع عن نظرية واحدة بحيث لا يوجد تنافر أو تضارب في أجزائها، وأن يتسم بطابع الانتهاض والتفاؤل والقدرة على التغيير والوصول إلى الأهداف التي تحقق الحياة الكريمة للجماهير العريضة للشعب وأن ينهى الفصام التقليدي ما بين

الإسلام والإنسان. الدين والدنيا، وتحريم الفنون والآداب والعزوف عن جعل الاستمتاع بطيبات الحياة الدنيا هدفاً من أهداف الدعوة الإسلامية. إن الحياة في سبيل الله لا تتنافى مع "الموت في سبيل الله" بل لعلها أن تكون الطريق إليه.

- ومن القسمات الرئيسية في هذا الفهم إنقاذ الفكر الإسلامي من المنطق "الصوري الطقوسي" إلى عالم الحياة وإبراز القيم الحضارية من العلم والعدل والعمل والحرية التي هي في الحقيقة لب الأديان، وبوجه خاص الإسلام.

- ومن القسمات الرئيسية في هذا الفكر الإيمان بحرية الفكر والاعتقاد إلى آخر مدى " فمن شاء فليؤمن، ومن شاء فليكفر.

- ومن القسمات الرئيسية في هذا الفكر أيضاً تحرير المرأة المسلمة من القيود التي فرضها الفقهاء وعزلوها بها عن الحياة.

إن العلم، والعمل والمشاركة السياسية والاجتماعية والاقتصادية هي حقوق للمرأة كفلها القرآن عندما قال والمؤمنون والمؤمنات بعضهم أولياء بعض يأمرون بالمعروف وينهون عن المنكر [ إلى آخر الآية، ولا يمكن لأمة الإسلام أن تنهض ونصفها مشلول، ومن الخطأ الفاحش أن تختزل قضية المرأة في "الحجاب".

د. لابد أن تتضمن الدعوة الإسلامية الجديدة كجزء لا يتجزأ منها صورة للإمكانيات الهائلة التي يمكن أن تتغير بها صورة الحياة الواقعة، بل تقلب الأوضاع الدولية رأساً على عقب، ويكون ذلك بأن يوضع كهدف إستراتيجي التوصل إلى طريقة استخدام الطاقة الشمسية استخداماً تجارياً " ولن يعجز العلماء والمسلمون عن التوصل إلى ذلك، وسيعيد هذا مراكز القوة في أوربا إلى البحر الأبيض المتوسط.

(كما كانت قبل الثورة الصناعية) وستغرس الحياة الكريمة والنور في القارة التي أطلقوا عليها القارة المظلمة، وستصبح الصحراء الكبرى التي تماثل مساحتها الولايات المتحدة، وتزيد مزارع ومصانع، ومدن تكفل الحياة الكريمة لكل أبنائها.

وإذا حق لأوروبا أن تفخر بالعدد الكبير من العلماء والمكتشفين والمخترعين، والفنانين والفلاسفة فإن الاستراتيجية الإسلامية تبرز دور " الأنبياء " الذين أنعم الله على الشرق بهم، وكيف كانوا القادة الذين هدوا الشعوب والجماهير إلى الحياة الرضية الخيرة، وإلى ما قامت به الأديان من تعميق الضمير، وإرساء القيم وتنظيم المجتمع وهذا كله يعدل، ويفوق ما أنجبته أوروبا من نوابغ.

وفي حقيقة الحال فإن المؤمنين بهذه الاستراتيجية لا يمكن أن يتطرق إليهم شعور بالدونية، أو أن يصابوا بانبهار لأنهم يؤمنون أن الحضارة التي يدعون إليها أفضل من الحضارة الأوروبية في جوانب رئيسية فالإنجاز الأعظم للحضارة الأوروبية هو في "الأداء" وطريقة الصنع والإنتاج والتعامل وسرى هذا في عروق هذه الحضارة بحيث غلبت عليها الشكلاية " إلى درجة أصبحت تعتبر كل من لا يأكل بالشوكة والسكين ويلزم بآتيكيت المائدة همجيا متخلفا حتى إن كان لديه الصدق، والإخلاص والعدالة والعقل والذكاء الخ.. فاستراتيجية الدعوة الإسلامية أبعد عن أن تؤخذ بالحضارة الأوروبية، أنها تعمل فيما تعمله - لإصلاح نقص الحضارة الأوروبية المميت، ألا وهو ابتعادها عن عالم الروح والقيم.

وفي الوقت نفسه فإن عناية الاستراتيجية بتحقيق الطاقة كأداة لتطوير المجتمع سيخلص المجتمع من التخلف المادي حتى وإن ظل تقدمه أقل مما وصل إليه

الغرب، وهو شيء لا تأسى عليه الاستراتيجية- بل إنها ترى أن كبح جماح الاستهلاك وتقييد تعدد الاحتياجات وإشباع كل ما تهوى الأنفس هو أمر مطلوب- وأن عدم وجوده في المجتمع الأوربي سيكون في النهاية من أكبر مشكلات هذا المجتمع فالتخمة يمكن أن تكون قاضية كالمجاعة.

هـ سيكون من الضروري لهذا الفهم أن يجابه بقوة وصراحة بعض معالم ومقومات الفكر الإسلامي التقليدي مثل التفاسير وجناباتها على روح القرآن، والسنة وضرورة ضبطها بمعايير القرآن وإحلال فقه جديد محل الفقه التقليدي السلفي، وبصفة عامة تجاوز التراث واعتبار أن جذر الفكر الإسلامي الحقيقي والأصيل هو القرآن الكريم وهو محور هذه الاستراتيجية ولا يجوز أن يفتات عليه أو يحل محله وكيل هو التراث.

ولابد من صياغة مفردات هذا الفهم في كتابات سائغة، بأسلوب مفهوم بعيد عن التعقيد الأكاديمي والتفقيه التقليدي، تفند كل ما يوجه إليها من اتهامات أو ما يحيط بها من شبهات، وتنتهي إلى النتائج المنشودة على أن لا يمس هذا درجة الإحكام والأستاذية التي يجب أن تتوفر في مراجع لنظرية جديدة أو استراتيجية شاملة.

عندما يتم التوصل إلى هذا الفهم الجديد المنشود والذي يمثل الأساس النظري للإستراتيجية يمكن الانتقال إلى طريقة تحويل الفكر إلى عمل، والنظرية إلى سياسة Policy مع التنبيه إلى مخاطر الانتقال من الفكر إلى العمل قبل استكمال الجانِب النظري واستيعاب الجماهير له.<sup>(1)</sup>

ثالثاً: طرق التغيير وهي:-

أ - التغيير الثوري بانقلاب عسكري كالذي حدث في سوريا والعراق وكانقلاب 23 يوليو في مصر.

ب - التغيير التدريجي بالحكمة والموعظة الحسنة بحيث يمكن التوصل إلى تغيير الرأي العام واكتساب رأي عام جديد ومثاله في العصر الحديث الجمعية الفابية في إنجلترا في أواخر القرن التاسع عشر التي أسسها ليف محدود جداً (خمسة أو ستة) من ذوي الاتجاه الاشتراكي واستبعدوا لوثاته وعملوا لإذاعة هذا الفكر بالنشر أساساً ونجحوا بحيث استطاع حزب العمل سنة 1945 أن يحقق ثورة اجتماعية دون حاجة إلى الشرعية الدموية المزعومة للثورات.

كما يمكن أيضاً دراسة سياسات ووسائل التبشير بالمسيحية والشخصيات البارزة في الفكر المسيحي مثل القديس بول واجنازيو دي ليولا وفرانسيس الأسيزي وسان فنسان دي بول وقيادات الكنيسة الأرثوذكسية في مصر التي قاومت الاضطهاد البيزنطي، بالاختصار القيادات التي قامت بالتبشير بالمسيحية داخل أوروبا ونشرتها خارجها وكانت وسائلها التبشير والنشر والمدارس. وقد كانت هي التي جعلت معظم زعماء وحكام أفريقيا مسيحيين لأنها أدخلتهم أطفالاً في مدارسها ونصرتهم وكانوا قبلاً مسلمين أو وثنيين.

ولا يجوز المضائلة من أثر هذه الوسيلة في المدى الطويل، وبعيدا عن الأضواء. إن نصف النخبة رجالاً ونساء في المجتمعات العربية تقريباً تعلموا في مدارس الراهبات أو الجزويت الفرير لأن أهليهم أرادوا أن يرسلوهم في بعثات وكان لابد من إحكام

اللغات الأوربية، وفي حالة الإناث، فإن هذا اعتبر علامة من علامات التقدم. وكان للجامعة الأمريكية في بيروت، ثم في القاهرة وكلية فكتوريا في الإسكندرية أثر بالغ على تكوين الشبيبة التي تلي المناصب وتضع القرار.

وفي تاريخنا الإسلامي فإن الطرق الصوفية والتجار نشروا الإسلام في الأطراف القاصية من العالم في إندونيسيا والملايو والصين والفيلبين وأدغال أفريقيا، وقد أثمرت دعوتهم في الوقت الذي اندثر الإسلام من بلاد فتحت بحد السيف وظل المسلمون فيها ثمانية قرون كالأندلس.

وهناك هيئة إسلامية معاصرة مثلاً في التعريف بالإسلام هي هيئة التبليغ التي تحدثت الصحف والإذاعة البريطانية من مؤتمرها العام في الأيام الأخيرة من يناير سنة 2000 وقدر عدد من حضره بمليونين وقيل أنه أكبر تجمع إسلامي بعد الحج وفكرة التبليغ رغم وعورة وصعوبة القيام بها: لأنها تتطلب عادة السفر إلى أقطار بعيدة للتبليغ بالإسلام من أنجح الدعوات لأنها بسيطة وسائغة والنقص الرئيسي أن القيام بها يدور حول التعريف بالشعائر من صلاة أو صيام. والدعوة الإسلامية عندما تنفصل عن روحها تصبح مجرد طقوس ولو بلغ دعايتها روح الإسلام لأسهمت إلى حد كبير في النهضة بالمسلمين وكل من تبلغهم هذه الدعوة.

كما يجب دراسة قيادات الفكر الاشتراكي ماركس وانجلز وروزا لوكسمبرج ولينين وتروتسكي والقيادات التي نشرت الفكر الاشتراكي في مختلف دول العالم والمشكلات التي عانوها والمآزق التي تعرضوا لها، الخ...



ج - العمل السياسي بتكوين حزب والوصول للحكم، ويمكن لهذا الحزب أن يتقلد الحكم بطريقة ديمقراطية (حزب العمال في بريطانيا سنة 1945) أو بطريقة انقلابية (حزب النازي والحزب الفاشي في ألمانيا وإيطاليا).

الوسيلة الثانية (ب) أي التغيير التدريجي للرأي العام واكتساب رأي عام جديد هي الأمل لأنها تبرا من مخاطر الديكتاتورية العسكرية، والانتهازية الحزبية تكفل الإيمان الحقيقي الذي لا يتأتى إلا بتعميق الفكر.

تتفق مع الإسلام الذي يعنى بإصلاح الفرد - قبل وأهم - من إصلاح الأوضاع وتتبع تكتيك " المرحلة الملكية - مرحلة العقيدة - قبل المدينة ومرحلة الشريعة.

مع أنها تتطلب وقتا طويلا، وعادة ما لا تكون لها " الجاذبية الثورية " فإنها آمنة، ولا يمكن أن تتسبب في مثل نكسة 67 التي أخرت العرب مائة سنة أو في تراجعها " أم المعارك " ومواقف الشرعية الثورية المزعومة كما تكفل البعد عن هستيريا الجماعات الإسلامية التي تتصور أنه يمكن بالعنف إقامة الدولة الإسلامية.<sup>(1)</sup>

ولكن لما كان الأسلوب الإصلاحي التدريجي الذي ستنهجه الاستراتيجية سيؤدي بروح ثورية نتيجة تثير.

القرآن فإن هذا سيوفر له قدراً كبيراً من الحماسة والثقة بسلامة الفكرة وقيامها على أعظم المرتكزات - القرآن - وفي الوقت نفسه معاشتها للحاضر واستشرافها للمستقبل، وأن ما تطرحه من حلول هي حلول سليمة ليست فحسب لمشكلة المجتمع العربي الإسلامي، بل أيضا لحل أزمة المجتمع الأوربي/ الأمريكي.

---

1 . جمال البنا ، المرجع السابق . [www.islamicall.org /istratgy.htm](http://www.islamicall.org /istratgy.htm)

إنها ثورة الكلمة التي تريد أن تعيد مرة أخرى ما قالتها عائشة فتحت المدينة بالقرآن" دون حاجة إلى قتال أو دماء.

إن هذا لا يقل أهمية في الثورة عن مضمون الدعوة نفسها وقد نجحت دعوة الإخوان المسلمين والجماعات الإسلامية الشاردة في تحقيق قدر من الجو الحماسي ولكن لما كانت مرتكزاتها ماضوية، سلفية، عاجزة عن مجابهة مشكلات العصر، دع عنك المستقبل، فلم يثمر إيمانها عملاً لقد كانوا على استعداد " للموت في سبيل الله " وليس للحياة في سبيل الله.

إن المناخ الإنتهاضي الروحي المطلوب هو ما يثمره تثوير القرآن - هذه العملية التي تبرأ من لوثات الثورات الأوروبية وتخلص في الوقت نفسه من مشبطات الإصلاح التدريجي.

وفي الوقت نفسه فمن المهم إبراز أفضلية الأسلوب "الدعائي/ الجماهيري" الذي أشرنا إليه آنفاً على الأسلوب "الثوري/ السلطوي" وما يحيط بالسلطة من مغريات ومفاسد في الأفراد، وعلى التطبيق. وإن الحكم بوازع السلطان لن يثمر إلا الديكتاتورية البغيضة، ولا بد أولاً من إيمان القاعدة العريضة للجماهير.

إذا أمكن بلورة النظرية خلال بضعة أعوام وهو أمر ممكن بفضل الكتابات المتاحة بالفعل والتي تكون الأساس النظري للاستراتيجية المنشودة وما يستجد من كتابات أخرى مكتملة فيمكن تكوين هيئة مماثلة للجمعية الفابية تكون مهمتها نشر وإذاعة هذا الفكر واستخدام كل الوسائل الحديثة للنشر والإذاعة والتعريف كالأشرطة والتلفزيون والإنترنت الخ...

بحيث يمكن خلال عشرين سنة تهيئة رأي عام يعمل بقوة وإيمان للمشروع الحضاري الإسلامي. ويمكن عندئذ للهيئة أن تؤسس من داخلها حزباً ينفصل عنها بمجرد تكوينه ليقوم بالتطبيق خلال الحكم بوسائل ديمقراطية. وتبقى الهيئة لتراقب حزبها حتى لا ينحرف وتزوده بالعناصر المؤمنة ولتأزره عند الحاجة ولكنها تظل في جميع الحالات هيئة دعوة.

ولما كانت دعوة الإحياء الإسلامي قد بدأت بالفعل في بلورة النظرية، فإن الجزء الأعظم من "طرح الاستراتيجية" يكون قد تم ولو في مرحلة أولية، ويبقى بعد ذلك العمل والممارسة التي ستصقل التنظير وستكشف عن نواحي الكمال أو القصور، وما يجب أن يضاف، وما يحسن أن يحذف، حساب الأولويات، الخ...

وهو ما لا يتضح تماماً إلا بالعمل الميداني ووسط الجماهير الذي ستمارسه دعوة الإحياء الإسلامي وما يكشف عنه هذا العمل من أولويات أو تعديلات.<sup>(1)</sup>

## المبحث الرابع

### مقومات ومعوقات التخطيط الإستراتيجي للإعلام الدعوي في الأردن

#### مقدمة :

يرى الباحث أن الرؤية الإستراتيجية للإعلام الدعوي تحتاج إلى خطة واضحة المعالم و خارطة للتمشي بموجبها من قبل الإعلاميين أصحاب الخبرة والمراس في العمل الإعلامي، ومن أهل الفكر والعلماء العاملين المخلصين والدعاة المفوهين الذين يتواصلون مع جمهورهم بكل صدق وإخلاص ومحبة عبر كل وسائل الإعلام مرئية أو مسموعة أو مقروءة أو عن طريق الشبكة العنكبوتية بوضع صفحات على مواقعهم للحوار والمناقشة والاستفسار والتقرب من الجمهور المستقبل لتقبل الآراء والأفكار والمواظ على مناقشتها.

كما وأن للهواتف المحمولة عملاً مهماً وفوائد لا حصر لها وذلك من خلال إرسال الرسائل لكل ما هو مفيد كأدعية أو أذكار أو بعض المناسبات التي يحتفل بها المسلمون.

وأما من وجهة نظر منتصر حاتم حسين بأن نجاح العملية الإعلامية تتم بعدة أمور: اختيار الكفاءات الصالحة القادرة على القيام بهذا العبء: فمعلوم أن القائم على العملية/ وخصوصاً توجيه الرسائل/ هو العنصر الأهم فيها، وبالتالي فإن العمل على إنجاح هذه العملية يستوجب أن يكون القائم عليها أهلاً للمهمة من حيث

المستوى العلمي والإدراكي، ومن حيث النظرة الشمولية لمتطلبات العمل، والأفق الواسع الذي يمكن به وضع المخططات التي تضمن أحسن النتائج.

إن العلاقة التي يمكن أن تقوم بين المرسل ومستقبلي الرسالة علاقة تحتاج إلى المزيد من الدقة في التعامل، فالمستقبلون يتلقون الرسائل فينسجمون مع بعضها ويحبون بعضها ويمتنعون من قسم منها وقد تشور ثائرتهم على جزء منها نتيجة خلفية خاطئة عنها أو جهل مستعص بها، فكيف يتعامل القائم مع ذلك الاختلاف؟! إنه أمر خاضع- بالإضافة إلى العلم والإدراك وسعة الأفق- إلى مقومات شخصية تستطيع أن تستوعب هذا الاختلاف المؤقت وتحيله انسجاماً ووحدة في النظر عند الجميع حتى يتشكل عند المتلقين جميعاً شيئاً أهم من الرأي العام وأرفع وربما كان الصبر الطويل واحداً من مقومات تلك الشخصية.

#### تحري الدقة التامة في مصادر بعض الرسائل الإعلامية:

إن المصادر الأساسية لرسالة الإعلام الإسلامي مصادر موثوقة بذاتها كالقرآن الكريم والسنة النبوية، ولكن الأمر يختلف عندما تعترض العمل أحداث مستجدة لا بد من طرحها وقضايا معاصرة لا بد من معالجتها، فمن أين نأتي بالمصادر الموثوقة بمثل ذلك؟!

هل نعتمد على وكالات الأنباء العالمية ونكون بذلك مروجين لكذبها وإشاعاتها؟ أم نعتمد على ما تتناقله بعض الوسائل الإعلامية الأخرى من غير فحص ولا تحر ولا تدقيق؟

أم يكون لنا تمييزنا بهذه وتلك، واستقلالنا بالعرض والتحليل دون تأثر أيضا بهذه وتلك؟

فالغلط أو الكذب في وسيلة الإعلام الإسلامية لا يتساوى أبدا مع الغلط أو الكذب في أي وسيلة إعلام أخرى، بل هي أضعاف ذلك، لأن الغلط وإن كان مبررا شرعا فهو غير مبرر غالبا عند المستقبل، بل هو أحيانا لا يريد أن يبرر، لأن الغلطة غلطة مؤجبه وليست غلطة تلميذه.

أما الكذب فبالإضافة لكونه خرقا للشريعة هو عمل سلبي كبير يراه المستقبل وصمة تهز كيان الاستقبال عنده، وفي هذا خطر لا يخفى، ولتلافي ذلك لا بد من الركون إلى مصادر مؤهلة ثقة وصدقا وإدراكا وتحليلا، تعين المستقبل على تلقي رسالة صادقة متميزة.

### وضوح الهدف:

إن معرفة ما يريده المرسل من رسالته بوضوح ومعرفة كيفية بث الرسالة بالشكل الذي يحقق له ما يريده أمر غاية في الأهمية، فإذا كان هدف الإعلام الإسلامي إعداد الجيل العقائدي الواعي الذي يفهم الإسلام على أنه دين عبادة وعمل، وشرع دنيا وآخرة، ومنهج حياة متكامل، فإن عليه أن يعد لإيجاد هذا الفهم في أذهان المستقبلين، علما أن هذا عمل غير سهل في إطار التنوع الإعلامي وتعددده، ولكن عدم السهولة لا تعني الاستحالة، فباعتداد أسلوب العمل المنظم والصحيح يتمكن المرسل - بإذن الله - تحقيق هدفه، وتبدو أهميته واضحة للتكامل في بث الرسائل في هذا المجال.

فعندما يكون لكل رسالة إعلامية على حدة هدف خاص تسعى لتحقيقه من خلال منهج مرسوم لا من خلال تعبئة صفحات أو سد فراغ في برنامج مسموع، وعندما تلتقي أهداف هذه الرسالة في محصلة عامة من غير تناقض، ساعية إلى إيجاد الشخصية المتكاملة، وعندما يتحقق الانسجام الكامل بين الأهداف الجزئية المرسومة لكل رسالة على حدة، والهدف العام الذي يجب أن تلتقي عنده كافة الرسائل لتصب في توجه فكري معين، نكون قد خطونا خطوة مهمة في العمل على تحقيق الشخصية الإسلامية المتكاملة عند متلقي الرسالة.

ويبقى لمقدار استجابة المتلقي نفسه ولمقدار تأثير المرسل بالمتلقي حتى يجعله متكيفاً أكثر من الاستقبال أثر آخر في تحقيق الهدف المنشود<sup>(1)</sup>.

ولضمان الحصول على نتائج مرضية للخطة الإستراتيجية عموماً يمكن ملاحظة العوامل الرئيسية التالية:

- 1- يجب عدم المغالاة في وضع الأهداف بحيث يصبح من الصعب تحقيقها في ظل الإمكانيات المتاحة.
- 2- وضع الأهداف بما يتلاءم مع قدرات المنظمة بحيث لا تنجر وراء طموح الشمولية والسعة غير الواقعية.
- 3- التأكد من توفير التمويل الكافي لبرامج الخطة وفعاليتها لضمان تشغيل الخطة كما يجب.

---

1 . منتصر حاتم حسين: أيديولوجيات الإعلام الإسلامي، م. س. ذ. ص 135-137.

- 4- الكشف بأمانة عن الميول السلبية داخل المنظمة والتغلب عليها وفق حلول يضمن وجودها في الخطة التنفيذية.
- 5- الالتزام الحقيقي بالخطة والعمل بجدية على إنجازها وإذا لم تتوفر هذه النوايا فإن فرص نجاح الخطة تكون ضعيفة.
- 6- التركيز على الخطة وعدم التحول عنها إلى مواضيع أخرى مما يؤدي إلى ترقيق الإستراتيجية وإضعافها.
- 7- تحرير إجراءات تنفيذ الإستراتيجية من القيود الروتينية والإجراءات البيروقراطية التي تثقل عمليات التنفيذ.
- 8- التمسك بالقيم التي قامت عليها الإستراتيجية والعمل بها بحرص وشمولية.
- 9- الوفاء بجميع الالتزامات المعقودة مع الآخرين سواء أكانت بالأموال أو بالجداول الزمنية أو بالمسؤوليات<sup>(1)</sup>.

ويرى الباحث أن هناك عوامل فشل في تحديد إستراتيجية الإعلام الدعوي الإسلامي تقف حائلاً بين المرسل (الداعية أو الإعلامي) وبين وصول الرسالة الإعلامية إلى الجمهور (المستقبل) والفشل، وبكل صراحة إذا فشل الداعية أو الإعلامي في إيصال رسالته الإعلامية الدعوية فهي مذمة له لأنها تثبطه عن العمل الدعوي، ولربما يصاب بالاكنتاب إذا كان ضعيف الإيمان وقليل الخبرة والمراس ولنا في رسول الله صلى الله عليه وسلم أسوة حسنة- حيث كان صلى الله عليه وسلم وهو الداعي الأول والمعلم والمرشد والمُلهَم من الله عز وجل لا تثنيه الأقاويل

---

1 . بلال خلف السكارنة: التخطيط الاستراتيجي، م. س. ذ، ص 260 - 261 .



والإشاعات من أنه شاعر أو مجنون أو ساحر، أو محاولة التنقيص منه، والسخرية بكل ما يصدر منه عن رب العزة والجلال بل كان النبي الصابر المحتسب المتيقن من نصر الله له وتبليغ دعوته إلى القاصي والداني، فكان المربي للأجيال على مر الأزمنة والعصور إلى قيام الساعة، يعطي نموذجاً حياً ودفعاً قوياً لكل الدعاة والعلماء العاملين في المثابرة بالتبليغ والدعوة بكل الوسائل، وخاصة ما هو متوفر في عصرنا الحاضر من تكنولوجيا متقدمة جعلت الصعب سهلاً وقربت البعيد، وأصبحت المكتبة الشاملة في أغلب البيوت بضغط ومس على جهاز الحاسوب والدخول على المواقع الإعلامية الدينية الدعوية العقيدة والفقهية وكافة العلوم سهلاً لا يحتاج إلى عناء وتعب.

كما أن من عوامل الفشل كما ذكر أحمد شلبي: ومن عجب أننا نلاحظ قوى هائلة تبحث عن الأصوات الجديدة للغناء، وتبحث عن الوجوه الجديدة للتمثيل، ولا نجد من يبذل أي اهتمام أو أي جهد للبحث عن القدرات التي تحمل الهداية للبشرية وتقدم للناس خاتمة الديانات<sup>(1)</sup>.

يرى الباحث أن هنالك عوامل فشل في تحديد استراتيجية الإعلام الدعوي الإسلامي في الأردن منها على سبيل المثال لا الحصر:

عدم توفر فرص العمل لتدريب الدعاة من قبل متخصصين لرفع كفاءاتهم وتمكينهم من إيصال رسائلهم إلى الجمهور المستقبل.

---

1. أحمد شلبي: موسوعة التاريخ الإسلامي والحضارة الإسلامية، ط 11 (القاهرة - مصر: مكتبة النهضة المصرية، 1984م)، ص 310.

قلة الموارد المالية التي تعتبر أساساً في حياة الداعي ليسهل عليه التنقل من مكان لآخر، وذلك للقيام بواجبه الدعوي.

عدم توفر حوافز تشجيعية للداعية من قبل المؤسسات الدينية التي هي مسؤولة عن تثقيف وتعليم الناس (الجمهور) وإرشادهم بكافة مجالات الحياة، الدينية، العلمية، الأخلاقية، الحياتية.

وصف الدعاة والأئمة والخطباء في المملكة الأردنية من قبل المسؤولين وصناع القرار على أنهم على غير كفاءة أو أنهم فاشلون أمام جمهورهم المتلقي.

تأثير الإعلام الغربي وخاصة "الصهيوي أمريكي" على كافة وسائل الإعلام العالمية واستخدامه الحرب النفسية في تراجع وتقديم الإعلام العربي والإسلامي، وحربهم على الدعاة وأهل الحق من العلماء والمفكرين، وتمثل هذا في الحرب على أفغانستان، وغزو العراق، ومن قبل احتلال فلسطين وتدنيس المقدسات، المسجد الأقصى "القدس" و المسجد الإبراهيمي الشريف "الخليل"؛ من أجل تشتيت الشعوب فكرياً ودينياً وعقائدياً، كي يبقوا متصارعين فيما بينهم (كصراع داحس والغبراء) وهذا تمثل في المقولة المشهورة الاستعمارية ضد العرب والمسلمين (فرق تسد).

عدم التواصل مع إعلاميين ذوي خبرة وكفاءة وبارزين على الساحة المحلية أو الإقليمية أو الدولية حتى لا يتطور الإعلام الدعوي البناء الفاعل وحتى يبقوا العالم العربي والإسلامي في جهل وسبات عميق ليؤثدوا الدين ودعائه في مهدهم.

الغزو الفكري بكافة وسائله محلياً أو إقليمياً أو دولياً سواء كان تهجم على الدين أو دعاة المسلمين أو على النبي صلى الله عليه وسلم، أو التحريض على العلماء والمفكرين والإعلاميين العاملين، أو بالتسلط عليهم وزجهم في السجون أو إقصائهم عن وظائفهم وأعمالهم واتهامهم بالأصولية والإرهاب.

قلة الخبرات والأيدى المتخصصة في الإعلام الدعوي الإسلامي وتعطيل الإعلام المرئي الإسلامي وصعوبة الوصول إليه.

#### عناصر نجاح الإدارة الإستراتيجية للعمل الدعوي:

نجاح المؤسسات يتوقف على نجاح إدارتها وما عادت الإدارة التقليدية للمؤسسات الدعوية هي الطريقة الأمثل لإدارة العمل الدعوي، فمفهوم الإدارة الحديثة يتداخل مع مجموعة علوم كعلم السياسة والاقتصاد والنفوس وحتى مفاهيم العلوم الطبيعية.

وتتمثل خصائص الإدارة الناجحة في:-

التركيز على الجانب الإنساني:

التركيز على هذا الجانب في العمل والاهتمام بتطوير العامل، لذلك على المؤسسات الدعوية تطوير أفرادها من دعاة وموظفين فهم الذين يطورون العمل.

كما يأتي نجاح المؤسسات الدعوية باتخاذها لأساليب النجاح المتعارف عليها والتي تتمثل عناصرها في:-

تحديد الأهداف:

فمن طريق تحديد الأهداف للمؤسسة الدعوية تصبح على بصيرة، فهل هي مؤسسة مهامها تبليغ الدعوة أم تقديم الخدمات الاجتماعية من تعليم وصحة، فتحديد الأهداف يرسم الأطر التي تتحرك بموجبها المؤسسة الدعوية.

التخطيط:

ضمن المرتكزات الإستراتيجية المهمة وعبره يتم إعداد الخطط والبرامج وفق دراسة مستفيضة تحيط بكل ما هو مطلوب استناداً على مدة زمنية محددة يتم خلالها التنفيذ سواء كان تخطيط قصير المدى (عام) أو متوسط المدى (3 - 5 أعوام) أو طويل المدى (10 أعوام).

التنظيم:

من مقومات الإدارة الناجحة فالتنظيم هو الذي يستوعب الأعضاء القائمين على أمر المؤسسة عن طريق وصف وظيفي يحدد المهام والواجب بلا تدخل في الاختصاصات. اللوائح وتنظيم العمل:

لنجاح العمل لا بد من لوائح تنظيم هذا العمل بين أفراد المؤسسة تجازي المحسن وتحاسب المسيء.

التمويل:

لا بد من أن تكون المؤسسة الدعوية لها من التمويل ما يكفي لإنجاز عملها.

## عناصر أخرى:

1. هنالك الكثير من الحلقات المتداخلة لإنجاح المؤسسة من علاقات عامة وتنسيق ورقابة وتقييم الأداء كل هذه الحلقة تفيد في نجاح المؤسسة.
2. لنجاح العمل الإداري يجب التطلع واستشراف المستقبل وهو ما يعني الطموح الدعوي فلا يكفي أن يعيش الداعية الواقع ولا بد له من التطلع.
3. لنجاح إدارة المؤسسة الدعوية لا بد من أن تكون الواقعية مما يعني استصحاب البيئة المحيطة فالمؤسسة التي لا تهتم بواقعها والبيئة المحيطة بها تظل منفصلة عن البيئة وتفشل في واجبها.
4. التنسيق مع المؤسسات ذات الصلة لتعزيز رسالة المؤسسة الدعوية ما دام كل العمل دعوي يظل التنسيق بين المؤسسات الدعوية مطلوباً لنجاح الدعوة<sup>(1)</sup>.

هناك بعض المعوقات ذكرها منتصر حاتم للإعلام المرئي المسلم وهي:

### 1- الدعم المادي:

يظل العنصر المادي والمالي من أبرز مقومات نجاح أي نوع من الأعمال فهو ييسر الصعب ويقرب البعيد ويهون المستحيل. ولعل قلة الدعم المادي لبعض القنوات يكون سبباً عائقاً في تقدمها أو على الأقل في إبراز بعض أهدافها وتحقيقها.

---

1 . علي عيسى عبد الرحمن: الإدارة الاستراتيجية للدعوة الإسلامية ، م.س.ذ .

## 2- النقد لغرض النقد:

لا يتعب العامل على قضية بالقدر الذي يتعبه ناقد له الغرض النقد فقط، ولكن تبقى نية الناقد هي المحك والأساس.

## 3- قلة الخبرات والأيادي المتخصصة:

التخصص والخبرة مطلب لإنجاح أي عمل، ولعل قلتها في العالم الإسلامي وبالتحديد في بعض المناطق سبباً من أسباب إعاقه أو بالأصح تعطيل الإعلام المرئي الإسلامي.

## 4- حداثة الإعلام الإسلامي المرئي:

كون الإعلام المرئي أمر جديد على الإعلام الإسلامي فهذا يشكل عائقاً غير يسير له، ويكفي من هذا المعوق أن العين ستتركز عليه وحوله مترقبة كل ما فيه بعين ساخطة وراضية وأيضاً غير مكترثة.

## 5- مخالفته لهوى البعض:

مخالفة الإعلام الإسلامي لبعض الأهواء والآراء سيجعله لقمة في أفواه لذعهم ولسعهم له، فالأقلام ستسن لأجل إسقاطه والألسن ستشحن لإهوانه في الأسفل، وهو للأسف أمر واقع وحاصل حالياً.<sup>(1)</sup>

---

1 . منتصر حاتم حسين : أيديولوجيات العالم الإسلامي ، م. س. ذ ، ص 194 .

أما بلال خلف فيرى أن معوقات التخطيط الإستراتيجي تتمثل فيما يلي:

### 1. التغير والتبدل السريع في البيئة

بما أن الإستراتيجية هي خطة بعيدة المدى (5 سنوات أو أكثر) فإنها بحاجة إلى استقرار الظروف التي تحيط بها خلال هذه الفترة وأن التغيرات السريعة تؤدي بالإستراتيجية إلى مواجهة واقع جديد يختلف عن الواقع الذي بنيت عليه مما يؤدي إلى تعثرها وربما فشلها.

### 2. عدم قدرة الإدارة على تحديد الأهداف وبناء خطة إستراتيجية

بالرغم من أن الإدارة قد تتوفر لديها إيمان كامل بأهمية التخطيط الإستراتيجي وضروراته ولكنها لا تملك مقومات وقدرات على وضع الخطة الإستراتيجية وتحديد أهدافها وخططها التنفيذية حيث أن الخطة هي أولاً وآخراً تعبر عن إمكانيات المنظمة الذاتية وإن استعانت بالغير في وضع خططها لكنها لن تكون قادرة على تنفيذها.

### 3. مقاومة بعض العناصر في المنظمة للتغيير

إن من أول مهام التخطيط الإستراتيجي إحداث تغيرات في عمل المنظمة نحو الأفضل وتبني سياسات وبرامج وإجراءات لهذا الغرض وقد تعمل بعض العناصر في المنظمة التي عهدت السياسات القائمة وإجراءاتها وتعودت عليها إلى رفض السياسات الجديدة والتمسك بواقعها القائم.

#### 4. الموارد المالية للمنظمة

من المعروف أن أية خطة إستراتيجية مهما كانت طموحاتها وحسن صياغتها فإنها قد تصطدم بعقبة الموارد المالية التي يتعين على المخطط التفكير بها منذ البداية لأن عدم توفر الأموال اللازمة لتغطية نفقات الخطة يؤدي إلى التوقف وربما الفشل.

#### 5. عدم وضوح المسؤوليات داخل المنظمة وضعف هيكلها التنظيمي

إن عدم توزيع المسؤوليات والصلاحيات على المستويات الإدارية المختلفة في المنظمة مع وجود هيكل تنظيمي يلبي حاجات العمل الإستراتيجي يعتبر إحدى أهم العقبات التي تعتبر الخطة الإستراتيجية.

#### 6. انشغال المستويات الإدارية العليا بالمشكلات الروتينية اليومية

إن إعطاء الأعمال اليومية الإهتمام الأول وعدم الإكتراث بالمشكلات الإستراتيجية التي تنهض بالمنظمة وتعمل على تطويرها يلهي المنظمة ويمنعها من الإنصراف إلى وضع خطة إستراتيجية تنهض بها إلى الأمام.

#### 7. المعلومات والبيانات الإحصائية

تقوم الخطة الإستراتيجية على بعض الأسس المهمة منها دراسة الماضي والحاضر والتنبؤ بالمستقبل بما في ذلك البيئة الداخلية والخارجية ولكي تكون هذه الأسس صحيحة لا بد من توفر بيانات ومعلومات كافية لهذا الغرض وبعبكسه يواجه المخطط صعوبات في بناء أهدافه وسياساته المستقبلية ورسم خطة إستراتيجية سليمة.



## 8. ربط التخطيط الإستراتيجي بفترة الأزمات

يسود الاعتقاد بأن التخطيط الإستراتيجي هو عمل لمواجهة الأزمات وهذا اعتقاد خاطئ يقلل من أهمية التخطيط ويقلص من دوره في تطوير المنظمة ونجاحها حيث أن التخطيط الإستراتيجي أسلوب لكل الظروف وضروري للمحافظة على ديمومة المنظمة واستمرارها.<sup>(1)</sup>

ويرى الباحث بأن الصراع الإستراتيجي والعقبات التي تقف في وجه الدعاة والإعلاميين الدعويين في الأردن ومعوقات الخطط الإستراتيجية هو عدم إعداد بحوث في هذا المجال وقلة الداعمين مادياً ومعنوياً لوصول الرسالة الدعوية الإعلامية للجمهور بكل يسر وشفافية، وعدم توفر كليات تدرس هذه المواد وضعف المراجع والمصادر التي يمكن أن يستفيد منها الباحث.

---

1 . بلال خلف السكارنة : التخطيط الإستراتيجي ، م. س. د. ، ص 108 - 110 .

## الخاتمة

الحمد لله الذي تتم به الصالحات والصلاة والسلام على خاتم الغر الميامين سيدنا محمد وعلى آله وصحبه وسلم ورضي الله عن الصحابة والتابعين ومن تبعهم باحسان الى يوم الدين واهتدى بهديهم من الدعاة والعلماء والإعلاميين الصادقين إلى يوم الدين.

وبعد:

فإنني أحمد الله أن أعانني على كتابة بحثي: المنظور الإستراتيجي للإعلام الدعوي بدولة الأردن والذي فيه واجب كبير على الدعاة والإعلاميين بأن يقرنوا العلم بالعمل على مستوى الفرد وبالجماعة وممارسونه على أرض الواقع في حياتهم اليومية العملية بأساليب ووسائل عصرية تتمشى مع الواقع وعبر كل الوسائل التكنولوجية الحديثة بإستراتيجية وتخطيط مدروس حتى يكتب لهم النجاح، وقد خرج البحث بعدد من النتائج والتوصيات تكون أساساً للدعاة والإعلاميين ووقوف المسؤولين معهم مادياً ومعنوياً ليتم النهوض بالدعوة إلى الله مقتدين بذلك بفقه سيرة الرسول صلى الله عليه وسلم ومراحل دعوته وكيف كان يدعوا ومدى تحمله في سبيل الدعوة إلى الله.

## أولاً: النتائج

### توصلت الدراسة إلى النتائج التالية:

النتيجة الأولى: ضعف وسائل الإعلام الدعوي لضعف التمويل , لأن الإعلام الإسلامي بوسائله رسالة تبث قيماً رفيعة , أما الإعلام الوصفي فيعتمد في تمويله على الإعلانات و الترويج للأفلام الهابطة و الغناء الرخيص فيجني أرباحاً هائلة يوظفها في تقويته و وسائله و جلب للثقافة الحديثة التي تهدف إلى طمس هوية الإسلام و المسلمين.

النتيجة الثانية: تبعية الإعلام المعاصر للإعلام الصهيوني و وسائل الإعلام الغربي مما شكك الجمهور المستقبل في مصداقية إعلامنا في الأردن.

النتيجة الثالثة: تسييس الإعلام و تسخير لخدمة الأغراض الحزبية و السياسية في الأردن و كثير من بلدان العربي و الإسلامي مما أفقده القدرة على الحرية و الإبداع و التطور, و أصبح مليئاً من المقلدين المرتزقة و المهرجين المأجورين و التافهين.

النتيجة الرابعة: عدم وجود استراتيجية إعلامية دعوية ترقى إلى المستوى المطلوب في إعداد البرامج على أسس علمية منهجية دينية.

النتيجة الخامسة: عدم توفر أسس و معايير البحث العلمي في الاتصال الدعوي, و ضعف التخطيط الإعلامي.

## ثانياً: التوصيات

### خرج البحث بعدد من التوصيات أهمها:

التوصية الأولى: ضرورة دعم و تمويل الإعلام الدعوي حتى يؤدي وظيفته على أكمل وجه، و يقف في وجه الحملات المضللة المسعورة.

التوصية الثانية: العمل على تدريب كوادر من الإعلاميين و الدعويين تدريباً عالياً من قبل متخصصين إعلاميين و علماء و مفكرين لهم باعٌ طويل في الإعلام و الدعوة داخلياً و خارجياً ليتفهمّ الدعاة و الإعلاميين ما يحاكّ للأمة العربية و الإسلامية من مؤامرات على ثقافته و إعلامه و ثرواته.

التوصية الثالثة: وضع حوافز تشجيعية للإعلاميين الدعويين سواءً كانت مادية أو معنوية ليتم النهوض بالدعوة و الإعلام والتنقل ما بين مدن المملكة لنشر الوعي والثقافة بين الجمهور الأردني.

التوصية الرابعة: مطالبة المؤسسات الدينية كوزارة الأوقاف والشؤون والمقدسات الإسلامية والإعلامية الحكومية والخاصة على مستوى الإذاعة والتلفزيون، بوضع خطط إستراتيجية دعوية إعلامية ليتم التواصل مع الجمهور المستقبل مسلم و غير مسلم بكل الوسائل الحديثة ليتعرفوا على سماحة الإسلام ووسطيته.

التوصية الخامسة: إيجاد محطات إذاعية و تلفزيونية توعوية إعلامية إسلامية استقلالية غير مرتبطة بإعلام مأجور و مزيف من أجل تأصيل رسالة الإعلام الإسلامي وفهم ثقافة الغير وتبادل الخبرات العلمية والعملية.

مقترحات الدراسات المستقبلية لاستراتيجية الإعلام الدعوي هي:

مواجهة الأخطار التي تستهدف الأردن وكشف محاولات الإختراق والتطبيع مع العدو الصهيوني بكل وسائل الإعلام.

أثر الإعلام الدعوي الإستراتيجي في تصحيح المفاهيم الخاطئة في العالمين العربي والإسلامي.

دور وسائل الإعلام في تخصيص برامج لمناقشة التحديات الصهيونية وخطرها على المسلمين.

أثر الإعلام الدعوي الإستراتيجي في محاربة الأفكار الهدامة.

تفعيل دور الإعلام الإسلامي في التعاطي مع قضايا العصر وفق منهجية إسلامية منضبطة.

دور الإعلام الدعوي الإستراتيجي في بناء جيل يحفظ على الموروث الإسلامي.

## الملاحق



## ملحق رقم (1)

الاستبيان

يتكون الاستبيان من:

أولاً: البيانات الشخصية:

بسم الله الرحمن الرحيم

جامعة أم درمان الإسلامية

معهد البحوث والدراسات الاستراتيجية

الأخ الكريم / \_\_\_\_\_

الأخت الكريمة / \_\_\_\_\_

السلام عليكم ورحمة الله وبركاته وبعد:

الموضوع: صحيفة الاستبيان

يقوم الباحث بإعداد بحث لنيل درجة الماجستير في التخطيط الإستراتيجي تخصص

الإعلام بعنوان: المنظور الإستراتيجي للإعلام الدعوي بدولة الأردن.

المشرف: الدكتور/ نوح عبد الرؤوف حامد التكيئة.

وقد صممت هذه الاستبانة بهدف معرفة مدى استخدام التخطيط الإستراتيجي في

الإعلام الدعوي والبحوث العلمية.



يرجى التكرم بالإجابة الدقيقة على جميع الأسئلة المرفقة بوضع (✓) مرة واحدة في كل سؤال أمام الإجابة التي تختارها مع الإجابة بحرية وانفتاح على الأسئلة المرفقة ويؤكد الباحث أن المعلومات التي ستدلون بها تستخدم لأغراض هذا البحث فقط.

مع خالص شكري وتقديري على حسن تعاونكم

الهاتف الخليوي: الباحث: "محمد زايد" "داود أسعد" "أبورجب التميمي"

شعبان 1435 هـ

0797049981

حزيران 2014 م

ثانياً: الأسئلة:

يقوم المنظور الإستراتيجي للإعلام الدعوي على أسس منهجية علمية.

☐ دائماً ☐ أحياناً ☐ نادراً ☐ لا يقوم

تتم الاستعانة بالعلماء والدعاة عند وضع منهج الدعوة الإعلامية.

☐ دائماً ☐ أحياناً ☐ عند الضرورة ☐ لا تتم الاستعانة

يتم الحصول على المعلومات والبيانات عند اجراء التخطيط الإستراتيجي عن طريق البحوث.

☐ لا يتم ☐ دائماً ☐ أحياناً ☐ نادراً

الإدارة العليا للمؤسسة الإعلامية الدعوية تشرك إداراتها وأقسامها في وضع الخطط الإعلامية.

☐ دائماً ☐ أحياناً ☐ عند الضرورة ☐ لا يوجد

(5) يتم قياس نتائج استراتيجية التخطيط الدعوي بدقة وانتظام.

☐ دائماً ☐ أحياناً ☐ نادراً ☐ لا يتم

(6) تتوفر أسس ومعايير البحث العلمي في بحوث الاتصال مع الجماهير التي أجرتها المؤسسة الإعلامية الدعوية.

☐ إلى حد كبير ☐ إلى حد ما ☐ ضعيفة ☐ منعدمة

(7) تتم الاستفادة من نتائج البحوث والمؤتمرات والندوات.

☐ دائماً ☐ أحياناً ☐ نادراً ☐ لا يتم

8) يوجد تقييم علمي لبحوث الاتصال الدعوي في المؤسسة الدينية الإعلامية.

☐ دائماً ☐ أحياناً ☐ نادراً ☐ لا يوجد

9) تقوم مؤسسة الإعلام الرسمية والخاصة بوضع خطط استراتيجية للبرامج الإعلامية الدعوية.

☐ دائماً ☐ أحياناً ☐ نادراً ☐ لا يوجد

10) البرامج الإعلامية التي يتم إعدادها من قبل مؤهلين وأصحاب خبرة.

☐ دائماً ☐ أحياناً ☐ نادراً ☐ لا يوجد

11) هناك عقبات وصراع استراتيجي في نجاح الإعلام الدعوي.

☐ دائماً ☐ أحياناً ☐ نادراً ☐ لا يوجد

12) ما هي الصعوبات والمشاكل التي تواجه استراتيجية الإعلام الدعوي في القطاعين العام والخاص في المؤسسة الإعلامية ؟

---

---

---

---

---

---

---

ملحق رقم (2)

| النسبة المئوية لكل خيار في السؤال  | الخيارات |        |         |        | عدد الأشخاص الذين أجابوا على السؤال | السؤال   | رقم السؤال |
|--|----------|--------|---------|--------|-------------------------------------|--|------------|
|  | لا تقوم  | نادراً | أحياناً | دائماً |                                     |  |            |
|    | 1        | 2      | 16      | 1      | 30                                  | يقوم المنظور الاستراتيجي للإعلام الدعوي على أسس منهجية علمية.                    | 1          |
|   | 0        | 17     | 9       | 4      | 30                                  | تتم الاستعانة بالعلماء والدعاة عند وضع منهج الدعوة الإعلامية.                    | 2          |
|  | 2        | 16     | 8       | 4      | 30                                  | يتم الحصول على المعلومات والبيانات عند إجراء التخطيط الاستراتيجي عن طريق البحوث. | 3          |

|  |    |    |    |    |    |  |   |
|--|----|----|----|----|----|--|---|
|    | 1  | 16 | 10 | 3  | 30 | الإدارة العليا<br>للمؤسسة الإعلامية<br>الدعوية تشرك إدارتها<br>وأقسامها في وضع<br>الخطط الإعلامية.             | 4 |
|    | 1  | 5  | 8  | 16 | 30 | يتم قياس نتائج<br>إستراتيجية التخطيط<br>الدعوي بدقة وانتظام  | 5 |
|   | 14 | 3  | 10 | 3  | 30 | تتوفر أسس ومعايير<br>البحث العلمي في<br>بحوث الاتصال مع<br>الجهات التي أجرتها<br>المؤسسة الإعلامية<br>الدعوية. | 6 |
|  | 0  | 3  | 23 | 4  | 30 | تتم الاستفادة من<br>نتائج البحوث<br>والمؤتمرات والندوات  | 7 |

|  |    |    |   |    |    |  |    |
|--|----|----|---|----|----|--|----|
|    | 15 | 4  | 9 | 2  | 30 | يوجد تقييم علمي<br>لبحوث الاتصال<br>الدعوي في المؤسسة<br>الدينية الإعلامية.                  | 8  |
|    | 1  | 17 | 9 | 3  | 30 | تقوم مؤسسة الإعلام<br>الرسمية والخاصة<br>بوضع خطط<br>إستراتيجية للبرامج<br>الإعلامية الدعوية | 9  |
|   | 0  | 16 | 8 | 6  | 30 | البرامج الإعلامية<br>الدعوية يتم إعدادها<br>من قبل مؤهلين<br>وأصحاب خبرة.                    | 10 |
|  | 0  | 1  | 5 | 24 | 30 | هناك عقبات وصراع<br>استراتيجي في نجاح<br>الإعلام الدعوي.                                     | 11 |



## قائمة المراجع والمصادر

القرآن الكريم.

الأحاديث النبوية.

كتب التفسير

حسين محمد مخلوف: صفوة البيان لمعاني القرآن، ط3 (القاهرة- مصر: وزارة الأوقاف والشؤون الإسلامية، بلا تاريخ).

الراغب الأصفهاني: المفردات في غريب القرآن، تحقيق سيد محمد الكيلاني، (القاهرة- مصر: مطبعة البابي الحلبي، 1961م).

د.عدنان علي رضا النحوي: قبسات من الكتاب والسنة، تدبر وظلال، ط1 الرياض- السعودية: دار النحوي للنشر والتوزيع، 1418هـ (1997م)

عماد الدين أبي الفداء اسماعيل بن كثير القرشي الدمشقي: تفسير القرآن العظيم، ج2 (بيروت- لبنان: دار الأندلس، 1966م).

سيد قطب: في ظلال القرآن، المجلد 2، ج 5، ط5 (بيروت- لبنان: دار الشروق 1977م).

محمد الأمين بن محمد المختار الجكني الشنقيطي: أضواء البيان في إيضاح القرآن بالقرآن، ج1 (بيروت- لبنان: عالم الكتب، 1383هـ).

محمد بن علي بن محمد الشوكاني: فتح القدير، ج1، (بيروت- لبنان: عالم الكتب، بلا تاريخ).



هارون بن موسى: الوجوه والنظائر في القرآن الكريم، تحقيق حاتم صالح الضامن (بغداد- العراق: دار الآثار والتراث، 1988م).

### كتب الحديث

أبي الحسين مسلم بن الحجاج بن مسلم القشيري النيسابوري، الجامع الصحيح المسمى صحيح مسلم، تحقيق محمد فؤاد عبد الباقي، ط1 (بيروت - لبنان: دار إحياء التراث العربي، 1375 هـ).

الإمام الحافظ أحمد بن علي بن حجر العسقلاني: فتح الباري شرح صحيح البخاري، تصحيح وتحقيق عبد العزيز بن باز (المملكة العربية السعودية: نشر وتوزيع رئاسة إدارات البحوث العلمية والإفتاء والدعوة والإرشاد، 1379هـ).

أحمد بن حنبل: مسند الإمام أحمد، ط1 (بيروت- لبنان: مؤسسة الرسالة 1413هـ).  
أحمد بن محمد بن علي المقرئ الفيومي: المصباح المنير في غريب الشرح الكبير (بيروت- لبنان: المكتبة العلمية، بلا تاريخ).

سنن الترمذي. محمد بن عيسى بن سَورَة بن موسى بن الضَّحَّاك السلمي الترمذي، أبو عيسى. مصنَّف كتاب الجامع، الجامع المشهور بالسنن، تحقيق أحمد شاكر وآخرون (بيروت- لبنان: دار إحياء التراث العربي، 1995م).

مالك بن أنس أبو عبد الله الأصبحي المدني: الموطأ، تحقيق محمد فؤاد عبد الباقي (بيروت- لبنان: دار إحياء التراث العربي، 1951م)

محمد بن ابي بكر الرازي: مختار الصحاح (الكويت: دار الرسالة، 1983م).

محمد ناصر الدين الألباني: مختصر صحيح البخاري، ط1، (بيروت- لبنان: المكتب الإسلامي، 1394هـ، 1974م).

### كتب العقيدة

أبي عبد الله شمس الدين محمد بن أبي بكر الشهير بابن القيم الجوزية: مفتاح دار السعادة ومنشور ولاية العلم والإرادة، ط3 (الإسكندرية- مصر: مكتبة حميدو، 1979م).

د.عدنان علي رضا النحوي: التوحيد وواقعنا المعاصر، ط3 (الرياض- السعودية: دار النحوي للنشر و التوزيع، 1418هـ - 1997م).

عمر سليمان الأشقر: العقيدة في الله، ط10 (عمان- الأردن: دار النفائس، 1995م).

### كتب الفقه والسيرة

تاج الدين عبد الوهاب بن علي ابن عبد الكافي السبكي: الاشباه والنظائر، تحقيق عادل أحمد وعلي محمد، ج1 (بيروت- لبنان: دار الكتب العلمية، 1991م).

جلال الدين عبد الرحمن السيوطي: الأشباه والنظائر في قواعد وفروع الشافعية "الأمور بمقاصدها" (بيروت- لبنان: دار الكتب العلمية، 1983م).

عبد العزيز شرف: السيرة النبوية والإعلام الإسلامي (القاهرة- مصر: مكتبة مصر، 1977 م).

عبد الكريم زيدان: الوجيز في شرح القواعد الفقهية (دمشق- سوريا: مؤسسة الرسالة ناشرون، 2009 م).

عبد القادر الجيلاني: الفتح الرباني والفيض الرحماني (بيروت- لبنان: دار العلوم الحديثة، بلا تاريخ).

د. محمد سعيد رمضان البوطي: فقه السيرة النبوية مع موجز لتاريخ الخلافة الراشدة، ط 1 (دمشق- سوريا: دار الفكر، 1411هـ - 1991م).

محبي هلال السرحان: القواعد الفقهية ودورها في إثراء التشريعات الحديثة (بغداد: جامعة بغداد، 1987م).

مصطفى عايد إسعيفان و رشا خميس ذياب: فقه الدعوة إلى الله، مناهجها، أساليبها، وسائلها، ط 1 (عمان- الأردن: دار البداية ناشرون و موزعون 1427 هـ - 2007م).

### كتب في الدعوة

ابن القيم الجوزية: مدارج السالكين، ج 2 (بيروت- لبنان: دار الكتاب العربي، 1972م).  
أحمد بن تيمية شيخ الإسلام مجموعة فتاوى: إشراف الرئاسة العامة لشؤون الحرمين الشريفين، ط 1 (مكة المكرمة- السعودية: مكتبة النهضة الحديثة، شارع الحرم - باب العمرة، 1404 هـ).

أحمد غلوش: أصول الدعوة الإسلامية، ط1 (القاهرة- مصر: مؤسسة الرسالة ناشرون، 2004 م).

أحمد شلبي: موسوعة التاريخ الإسلامي والحضارة الإسلامية، ط11 (القاهرة- مصر: مكتبة النهضة المصرية، 1984 م).

صالح بن ناصر الخزيم: الصبر (الرياض- السعودية: مطابع جامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية، 1407هـ - 1987م).

د.عبد الكريم زيدان: أصول الدعوة، ط1 (دمشق- سوريا: مؤسسة الرسالة ناشرون، 1432هـ - 2011م).

عبد الرحمن سلوم الرواشدي: تأصيل وتفعيل، كتاب الجهاد الإسلامي، وكالة حق- خاص.

د. علي محمد جريشة ومحمد شريف الزبيق: أساليب الغزو الفكري للعالم الإسلامي، ط1 (القاهرة- مصر: دار الإعتصام، 1397هـ - 1977م).

فتحي يكن: كيف ندعو إلى الإسلام؟ (بيروت- لبنان: مؤسسة الرسالة، بلا تاريخ).  
الفضيل بن عياض: حلية الأولياء وطبقات الأصفياء لأبي النعيم، (دار الفكر للطباعة والنشر والتوزيع، بلا تاريخ)، (عدد الاجزاء:10).

كامل الشريف وجمعة حماد ونصوح المجالي ود. ابراهيم زيد الكيلاني: مؤتمر الوعظ والإرشاد السنوي، 1982 م.

- محمد أبو الفتح البيانوني: كتاب الدعوة للإسلام، الإضاءات الدعوية، ج1.
- محمد أبو الفتح البيانوني: بصائر دعوية (القاهرة- مصر: دار السلام، 2002م).
- محمد أبو الفتح البيانوني: المدخل إلى علم الدعوة، ط3 (دمشق- سوريا: مؤسسة الرسالة ناشرون، 2011 م).
- د.محمد أمان بن علي الجامي: أضواء على طريق الدعوة إلى الإسلام (الرياض- السعودية: شركة العبيكان للطباعة والنشر، 1404هـ-1984م).
- محمد الخضر حسين: الدعوة إلى الإصلاح (القاهرة- مصر: المطبعة السلفية، 1346هـ).
- محمد الغزالي: مع الله، دراسات في الدعوة والدعاة، ط1 (القاهرة- مصر: دار وهبة للطباعة والنشر، بلا تاريخ).
- محي الدين عبد الحليم: الدعوة الإسلامية والإعلام الدولي (القاهرة- مصر: دار الفكر، بلا تاريخ).
- نخبة المفكرين والكتاب: مقالات في الدعوة والإعلام الإسلامي، ط1 (الدوحة- قطر: رئاسة المحاكم الشرعية، 1411 هـ).
- د.همام سعيد: قواعد الدعوة إلى الله جل جلاله، ط1 (عمان- الأردن: دار الفرقان للطباعة والنشر والتوزيع 2011 م).

## كتب في الإعلام

- إبراهيم إمام: أصول الإعلام الإسلامي (القاهرة- مصر: دار الفكر العربي، بلا تاريخ).
- إبراهيم إمام: الإعلام الإسلامي، المرحلة الشفهية (القاهرة- مصر: مكتبة الأنجلو المصرية، 1998م).
- أحمد بدر: المدخل إلى علم المعلومات والمكتبات (الرياض- السعودية: دار المريخ للنشر، 1985م).
- تيسير محبوب الفتياي: مقومات رجل الإعلام الإسلامي، ط1 (عمان- الأردن: دار عمار، 1967م).
- جهاز تلفزيون الخليج: المعايير الإحصائية الموحدة لتحليل البرامج للتلفزيونات الخليجية العربية (الرياض- السعودية: جهاز تلفزيون الخليج العربي، 1983م).
- حشمت قاسم: علم المعلومات بين النظرية والتطبيق (القاهرة- مصر: مكتبة غريب، بلا تاريخ).
- رشدي شحاتة أبو زيد: مسؤولية الإعلام الإسلامي في ظل النظام العالمي الجديد (القاهرة- مصر: دار الفكر العربي، 1999م).
- د. زينب محمد عبد المنعم و د.رشا محمود سامي: تخطيط البرامج الإعلامي للطفل، ط1 (القاهرة- مصر: عالم الكتب، 2012م).
- سليمان صالح: أخلاقيات الإعلام، ط1 (الكويت: مكتبة الفلاح، 2002 م).

سليمان عبد الله حجازي: مفهوم الإعلام الإسلامي في صلح الحديبية، ط1 (جدة-السعودية: دار المنار، 1989م).

سلطان العمري: الدعوة إلى الله تعالى من خلال الإنترنت.

د. سيد محمد سادقي الشنقيطي: مكانة وسائل الإعلام الجماهيرية في تحقيق وحدة الأمة، ط1 (الرياض- السعودية: دار عالم الكتب، 1997م). عبد الحميد شكري: دور الإعلام في مواجهة العلمانية المعادية، ط1 (القاهرة- مصر: دار الوفاء، 1965م).  
سؤدد القادري: الفنون الإذاعية والتلفزيونية، (الموصل- العراق: دار الحكمة للطباعة والنشر، 1990م).

عبد الحميد شكري: دور الإعلام في مواجهة العلمانية المعادية، ط1 (القاهرة- مصر: دار الوفاء، 1965م).

أ.د. عبد الرزاق محمد الدليمي: المدخل إلى وسائل الإعلام والاتصال، ط1 (عمان-الأردن: دار الثقافة للنشر والتوزيع، 2011م).

عبد العزيز شرف: الإعلام الإسلامي (القاهرة- مصر: دار قباء، 1998م).

عبد القادر طاش: الإعلام وقضايا الواقع الإسلامي، ط1 (الرياض- السعودية: مطبعة العبيكان، 1995م).

عبد الكريم عبد الله نيازي: أفكار خطيرة، ط1 (بلا بلد، بلا ناشر، بلا تاريخ).

عبد الوهاب كحيل: الأسس العلمية التطبيقية للإعلام الإسلامي، ط1 (بيروت- لبنان: عالم الكتب، 1985م).

علي مصطفى بن الأشهر: دور وسائل الإعلام في إحياء التراث العلمي العربي الإسلامي في المنظمة العربية للتربية والثقافة والعلوم. (تونس: الإعلام العربي، الجمهور، 1994م).

أ.د. فضيل ديليو: تكنولوجيا الجديدة في الإعلام والاتصال (NTIC/NICT) المفهوم- الإستعمالات- الآفاق، ط1 (عمان- الأردن: دار الثقافة للنشر والتوزيع، 2010م).

فلاح كاظم المحنة: البرامج الإذاعية والتلفزيونية، (الموصل- العراق: دار الكتب للطباعة والنشر، 1988م).

محمد عبد الحميد: التربية الإعلامية والوعي بالأداء العلمي، ط1 (القاهرة- مصر: عالم الكتب، 2012م).

محمد عبد الحميد: البحث العلمي في الدراسات الإعلامية، (القاهرة- مصر: عالم الكتب، 2000م).

محمد عجاج الخطيب: أضواء على الإعلام في صدر الإسلام، ط1 (سوريا: مؤسسة الرسالة، 1985م).

محمد الغزالي: الإسلام والطاقات المعطلة (القاهرة- مصر: نهضة مصر، 1998م).



- محمد محمد يونس: وظائف الإعلام الإسلامي، ورقة مقدمة إلى ندوة "الإعلام الدولي وقضايا العالم الإسلامي" (القاهرة- مصر: بلا طبعة، 1998م).
- محي الدين عبد الحليم: إشكاليات العمل الإسلامي بين الثوابت والمعطيات، كتاب الأمة 64 (قطر: وزارة الأوقاف والشؤون الإسلامية، 1998م).
- د. منتصر حاتم حسين: أيديولوجيات الإعلام الإسلامي، ط1 (عمان- الأردن: دار أسامة للنشر والتوزيع، 2011م).
- الندوة العالمية للشباب الإسلامي: الإعلام الإسلامي والعلاقات العامة (الرياض- السعودية: شركة العبيكان للطباعة والنشر، بلا تاريخ).
- نواف عدوان: معالجة المناسبات الدينية في إذاعة وتلفزيون الكيان الصهيوني، (مجلة البحوث: المركز العربي للبحوث، إتحاد وإذاعات الدول العربية، ع19، 1987م).
- نوال محمد عمر: فن صناعة الخبر في الإذاعة والتلفزيون، (القاهرة- مصر: دار الفكر العربي، 1993م).
- د. هاشم أحمد نعيمش: الإعلام الإسلامي في التلفزيون، أطروحة دكتوراه (بغداد- العراق: جامعة بغداد، 2001م).
- يحيى بسيوني مصطفى وعادل الصيرفي: التلفزيون الإسلامي ودوره في التنمية (الرياض- السعودية: عالم الكتب، 1985م).
- يوسف القرضاوي: وجهاً لوجه، الإسلام والعلمانية، ط1 (القاهرة- مصر: دار الصحوة للنشر، 1987م).

## كتب في الاتصال

إبراهيم بن مراد: الاستعمال اللغوي في البرامج الإذاعية والتلفزيونية، مجلة الإذاعات العربية، اتحاد إذاعات الدول العربية، جامعة الدول العربية، 2000م.

دي فلور، بال روكاخ: نظريات الإعلام، ترجمة ناجي الجوهري، (عمان- الأردن: دار الأمل، 1994م).

سمير محمد حسين: الاتصال مفهوم نظرياته، عوائقه، متطلباته "مجلة الفنون الإذاعية" ع 9، 1975م.

سمير محمد حسين: تحليل المضمون، تعريفاته، مفاهيمه، محدداته، (القاهرة- مصر: عالم الكتب، 1983م).

صالح أبو أصبع: الاتصال والإعلام في المجتمعات المعاصرة، (عمان- الأردن: دار آرام، 1995م).

عبد الحميد شكري: تكنولوجيا الاتصال، (القاهرة- مصر: دار الفكر العربي، 1996م).  
الغريب زاهر إقبال بهياني: تكنولوجيا التعليم، (القاهرة- مصر: دار الكتاب الحديث، بلا تاريخ).

د. فضيل ديليو: الاتصال مفاهيمه، نظرياته، رسائله (القاهرة- مصر: دار الفجر، 2003م).

محمد سيد محمد: الإعلام واللغة، (القاهرة- مصر: عالم الكتب، 1992م).

محمود حسن اسماعيل: مبادئ علم الاتصال ونظريات التأثير، ط1 (القاهرة- مصر: الدار العلمية للنشر والتوزيع، 2003 م).

نواف عدوان: "بعض المصطلحات الإعلامية دراسة أولية" (مجلة البحوث، المركز العربي لبحوث المستمعين والمشاهدين في اتحاد إذاعات الدول العربية، ع2، 1988م).  
هادي نعمان الهيتي: الاتصال الجماهيري، المنظور الجديد، عالم المعرفة 412 (بغداد: دار الشؤون التعليمية العامة، 1998 م).

هناء حافظ بدوي: الاتصال بين النظرية والتطبيق، (القاهرة- الإسكندرية: المكتب الجامعي الحديث، 2003 م).

### كتب في التخطيط الاستراتيجي

بلال خلف السكارنة: التخطيط الإستراتيجي، ط1 (عمان- الأردن: دار المسيرة للنشر والتوزيع، 1431 هـ - 2010 م).

عثمان محمد غنيم: الاتجاهات الحديثة في التخطيط، ط2 (عمان- الأردن: مؤسسة تسنيم، 2008 م).

علي عيسى عبد الرحمن: الإدارة الإستراتيجية للدعوة الإسلامية، مفهومها، اتجاهاتها، عناصر نجاحها، موقع الفكر الإسلامي.

## المعاجم اللغوية

إبراهيم أنيس ورفاقه: المعجم الوسيط، ج1-2، (القاهرة- مصر: دار المعارف، 1972 م).

جمال الدين بن مكرم الأنصاري: لسان العرب، ج 7 (بيروت- لبنان: دار الفكر، بلا تاريخ).

كرم شلبي: معجم المصطلحات الإعلامية، (جدة- السعودية: دار الشروق، 1989م).  
مروان العطية: معجم المعاني الجامع، (القاهرة- مصر: مركز إيوان للنشر والتوزيع مع دار النوادر، 2012 م).

مجد الدين محمد بن يعقوب الفيروز آبادي: القاموس المحيط، مجلد 4 (القاهرة- مصر: مؤسسة الحلبي وشركاه، بلا تاريخ).

محمد بن أبي بكر عبد القادر الرازي: مختار الصحاح، (الكويت: دار الرسالة، 1983م).

المنجد في اللغة العربية، ط 22 (بيروت- لبنان: دار المشرق، 1975م).

## المراجع الأجنبية:

- 1) Webster's ninth new collegiate dictionary 1986 by Merriam\_ webstev.publishers. Spring field , Massachusetts, USA.
- 2) Munir Baalbaki , Dr. Rohi Baalbaki , Al-Mawrid pocket dictionary, English-Arabic, Arabic –English.  
(Beirut: Dar Al-ilmlil - malayen 2003), P88.
- 3) Munir Baalbaki. Dr Rohi Baalbaki , Al – Mawrid Pocket dictionary , English – Arabic , Arabic – English (Beirut: dar – ilmlil – malayen 2003).

## المواقع الإلكترونية

- 1) [www.usherb.ca/performa/tic/definition/tic.html](http://www.usherb.ca/performa/tic/definition/tic.html)
- 2) <http://fatwa.ws>
- 3) <http://www.islamic-fatwa.com>
- 4) [www.elearning.jo/datapool/html/tr11-si-l9-htm](http://www.elearning.jo/datapool/html/tr11-si-l9-htm)
- 5) [www.islamlight.net](http://www.islamlight.net)
- 6) <http://www.trdawi.com>
- 7) [www.strateg.sd/stmedia.html](http://www.strateg.sd/stmedia.html)
- 8) <http://saaaid.net/afkar/Internet.htm>
- 9) <http://www.beyanouni.com>
- 10) <http://www.azubair.com>

# المنظور الإستراتيجي للإعلام الدعوي

يأتي هذا البحث تحت عنوان المنظور الإستراتيجي للإعلام الدعوي بالأردن، حيث يقوم هذا البحث على رؤية أنّ إستراتيجية الإعلام الدعوي لها أكثر من هدف فهي تربوية ودعوة إعلامية، لذا فإن فيها البعد الإعلامي الدعوي الذي يركز على الاهتمام بوسائل وأساليب ومنهجية الدعوة عبر وسائل الإعلام المرئية والمسموعة والمقروءة، وشبكات التواصل الاجتماعي، والمحاضرات، والندوات، وخطب الجمعة والمواعظ، والمناسبات الدينية، ورحلات الدعاة الموجهة إلى الجمهور بكافة فئاته، حيث استخدم الباحث المنهج الوصفي والتاريخي في إعداد البحث اعتماداً على تخطيطات وإجراءات منافسة لإستراتيجية الغرب في كافة المجالات، والعمل على توفير أجهزة إعلامية متطورة بتقنيات متخصصة لنقل المعلومات بدقة، وبالصورة الصحيحة للإسلام لمواجهة الحملات الإعلامية الغربية المضلّة، لإيجاد عمل مشترك يحمي ويخدم الأمة العربية الإسلامية، ويخدم ثوراتها التحررية من الانهيار، ويحصنها من الضياع في ضوء مواثيق الشرف الإعلامي والتي تحدثت عنه المؤتمرات الإسلامية للإعلام في عدة عواصم عربية وإسلامية.



9 789957 996765

دار أمجد للدراسات والبحوث  
دار أمجد للدراسات والبحوث  
دار أمجد للدراسات والبحوث

تلفون: +9624652272  
فاكس: +9624653372

هاتف: +962796914632  
+962799291702  
+962796803670

dar.amsj2014dp@yahoo.com  
dar.amsj2014dp@hotmail.com  
dar.amsj2014dp@gmail.com

دار أمجد للنشر والتوزيع  
عمان الأردن وسط البلد مشهور فنيص الطرقات